

tai price[®] book

Abril
2024



Enséñale los dientes al ransomware.

OBTÉN LA DEFENSA MÁS FERROZ
CONTRA AMENAZAS COMPLEJAS.



 Barracuda[®]

The Barracuda logo, which consists of a stylized blue fish shape to the left of the word 'Barracuda' in a white, sans-serif font, with a registered trademark symbol.

PREMIER
We're a team



MAXI 30

Medios de Pago

SmartPhone TPV



Publicidad



MUZYBAR
computer

TPV's



SQ-150

TPV 15'6 " , silver, folder, slim
J6412 | 8GB | 128GB
Opcional:
16GB | 256GB | Win 10 lot
Android 11 | RK3568 | 4+64GB



KT-3000

TPV 15" , silver
J6412 | 4GB | 128GB
Opcional:
8GB | 256GB | Win 10 lot



KT-2000

TPV 15 "
J6412 | 8GB | 128GB
i5-10210 | 8GB | 256GB
Opcional:
16GB | 256GB | Win 10 lot

Reparto



Limpieza



32

Lisboa acoge los Sage Iberia Partner Awards

Sage ha reconocido a los partners más sobresalientes de su ecosistema en la región Iberia durante 2023. Los galardonados han destacado en diferentes campos, como el compromiso en el portfolio de la compañía, la innovación en el despliegue de su estrategia de negocio, la sostenibilidad o la creación de redes de colaboración con los clientes a la hora de acompañarlos en su proceso de transformación.



09

La moda de las metodologías 'ágiles'

A medida que se disipan los riesgos derivados de la pandemia surgen nuevos desafíos en el horizonte. El entorno empresarial seguirá teniendo un componente volátil, pero las metodologías ágiles han ido ganando popularidad, especialmente la conocida como Scrum.



21

La "Economía Salesforce"

Salesforce consolida su posición motriz en la implementación de IA empresarial, arrastrando con su innovación la transformación digital de cientos de miles de empresas en todo el mundo. Según la consultora IDC, supondrá una ganancia neta de 83.000 empleos hasta 2028 solo en España.



18

Euskotel, partner Platinum de Wildix

Wildix, posicionada como Niche Player en el cuadrante mágico de Gartner para UCaaS, anuncia a su nuevo partner en la categoría Platino, una distinción que resalta "su dedicación sobresaliente y su excelencia" en la provisión de soluciones integrales de comunicaciones unificadas.



22

Palo Alto Ignite on Tour 2024

En el marco del evento que tocó Madrid, el fabricante presentaba un detallado informe que proporciona una visión sobre las previsiones de ciberseguridad OT (Operational Technology), la implementación de tecnologías como la IA o estrategias de Zero Trust en el tejido empresarial español.



28

Jordi García de Kingston

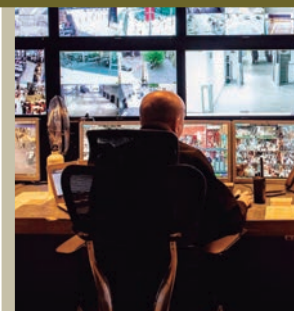
El directivo español se las sabe todas desde aquellas primeras memorias USB de 32 MB que supusieron un cambio de paradigma en el modo almacenamiento y movilidad del dato. Hoy estamos en otro: "El coste de actualización en comparación con la compra de un equipo nuevo, merece la pena".



39

La santa trinidad de la IA

Apenas dos meses después de que OpenAI lanzara su chatbot de IA generativa, ChatGPT superó los 100 millones de usuarios, la aplicación de consumo de más rápido crecimiento en llegar a esa cifra. ¿Pero es segura? Genetec, especialista en el tema, aboga por la vertiente ética para su uso.



44

Datos de GfK para el mercado telco

Después del récord de ventas durante la pandemia, el mercado Telecom lucha contra el estancamiento. Expertos de GfK han identificado dos tendencias que podrían ayudar a los sectores de smartphones y de gaming: la inteligencia artificial generativa (GenAI) y la realidad aumentada/virtual (AR/VR).



46

Los desafíos de NIS2

La ciberseguridad vuelve a estar en la planificación estratégica de la inmensa mayoría de las empresas de todos los tamaños, según nos cuenta CrowdStrike. Y mientras se aceptan los nuevos desarrollos en IoT, IA o 5G, las regulaciones extienden su manto a más sectores considerados críticos.



tai price[®] book

Abril
2024



Segunda edición de los Sage Iberia Partner Awards



Entrevista a Jordi García (Kingston):
«La actualización de equipos viejos merece la pena»

Palo Alto Ignite on Tour
al alineamiento de los mundos IT/OT

La “Economía Salesforce” según IDC

La innovación como dinamizador del mercado telco

Somos el canal del distribuidor informático



N.P. Comunicaciones, S.L.
C/ Ramón Gómez de la Serna 10, 3ºB
28035 Madrid
Tfno: +34 91 739 04 11
info@taipricebook.es

Javier Renovell
Director de Publicaciones
javier.renovell@taipricebook.es

Eduardo Navarro
Director de Marketing y Ventas
eduardo@taipricebook.es

Rosa Palacios
Directora Financiera
rosa.palacios@taipricebook.es

Silvia Hernández
Directora de Eventos
silvia@taipricebook.es

Distribución:
Mk Directo
Avda. Real de Pinto 91, Nave A05
28021 Madrid
Tfno: 91 723 25 22

DL - M-21246-1994

ESTA PUBLICACIÓN NO SE HACE RESPONSABLE EN NINGÚN CASO DEL CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS, NI DE LAS LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS ANUNCIANTES Y COLABORADORES.

Impreso en papel ecológico

Le informamos que sus datos personales serán tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de remitirle información de actividades, noticias y eventos organizados relacionados con el sector tecnológico, inclusive por medios electrónicos. Los datos serán conservados mientras sean necesarios para gestionar su correspondiente solicitud. El presente correo electrónico se dirige en exclusiva a su destinatario pudiendo contener información confidencial sujeta a secreto profesional. Los datos personales que puedan contener el correo electrónico, sea en su contenido o en sus adjuntos, son tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de gestionar su correspondiente solicitud. No se prevén cesiones o comunicaciones de datos salvo las establecidas legalmente.

Todos los contenidos que se muestran en la presente publicación, y en especial diseños, textos, imágenes, logos, iconos, nombres comerciales, marcas o cualquier otra información susceptible de utilización industrial y/o comercial están protegidos por los correspondientes derechos de autor, no permitiendo su reproducción, transmisión o registro de información salvo autorización expresa previa del titular, N.P. Comunicaciones.

Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a rgpd@taipricebook.es, para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en www.taipricebook.es.

Cuánta fruta y yo qué viejo

Quemadas las Fallas y encharcadas las procesiones, nos avocamos casi sin solución de continuidad derechos al ferial a tomar unos rebujitos y arrancarnos por sevillanas. Pero no sin cumplir con nuestras obligaciones y dejarles compuesto este artefacto mensual con destacados contenidos del sector tecnológico. Recogemos diversos eventos que los fabricantes montan de cara a su ecosistema de partners y clientes. Así, repasamos los galardonados en la segunda edición de los Sage Iberia Partner Awards y pinceladas de la estrategia mostrada por la compañía para este 2024. También hacemos parada en el Palo Alto Ignite on Tour, donde el fabricante desglosó su informe sobre la ciberseguridad en el mundo OT. Finalmente, aunque quisimos pasarnos por el Salesforce World Tour, nos comunicaron la imposibilidad por haberse rebasado el aforo; también parece que se traspapeló la convocatoria a la rueda de prensa de unos días antes, pero eso no impide que reciban puntual reseña de lo que allí aconteció y se habló.

Comentamos algunos datos sobre el asentamiento gradual de las metodologías ágiles en la cultura empresarial española a través de un informe de la consultora BTS. También el análisis que hace los analistas de GfK sobre el mercado telecom. Sin salir de este rublo, el especialista en UCaaS Wildix nos trae su caso de éxito en Euskotel. Por su parte, CrowdStrike nos advierte de los desafíos y oportunidades que va a traer la nueva NIS2. En este sentido, Genetec repasa las distintas encarnaciones de la IA desde el ML al LLM. Y dejamos para lo último la entrevista a Jordi García, director de Kingston en España que nos introduce una perspectiva sobre el reacondicionamiento de equipos y el alargamiento de su ciclo de vida.

Pero que vivan los novios

Por lo demás, qué comentar de la cruda realidad. Para muchos que viven de la política, cuanto peor, mejor. Esa estrategia vocinglera que tantos réditos han dado a sus antecesores sin apenas tener que mostrar ningún carisma y mucho menos unas dotes de estado y bonhomía (cielos: micromachismo, chupito). Pero el péndulo está llegando a su máximo arco dejándoles sin alfombra sobre el suelo donde ocultar sus vergüenzas y la caída será atroz y acelerada. Para el resto de pagafantas, cualquier cosa es mejor, con nada que perder. Cualquier excusa vale para coger el tren (pero ojo, no se vale el faible coût) y hacer una escapada, abstraerse de las facturas pendientes, contando los años que quedan para alcanzar el status del dulce far niente.

Y no debe ser mala estrategia, porque el país parece funcionar mejor en piloto automático, sin la incordiante participación de los urdidores de pelotazos mientras se llenan las morgues de cadáveres desamorizados y ahora con deuda endosada, con el tenue confort que da ver la aniquilación al otro lado del mapa, batiendo récord en la venta de viviendas a extranjeros que en cuatro inviernos han amortizado la entrada con lo que se gastaban en calefacción. Y para los que no cuenta Schengen, la visa de oro, que aquí hacemos pocos remilgos si entras por vía aérea y no en patera.

Poco importa que algunos de sus compatriotas se hayan visto metidos en mitad de un pufo con espantada del contratista, con una urbanización a medio hacer y las farolas sin cable, con unos vecinos que han tirado por la vía de la patada saltándose a la torera las más mínimas reglas de la propiedad privada, eso sí, con garaje y piscina, para reirse de esos pringados que viven hipotecados a dios gracias. Porque si vivieran de alquiler irían ya por la quinta mudanza. A no ser que seas de una plataforma reivindicativa de esas de qué hay de lo mío en el centro de Madrid, que es donde yo merezco vivir porque yo lo valgo, pero me importa un carajo lo que pase con el centro de Briviesca o el resto del resto de municipios. ¡Que le den una casita verde en la casilla del Palé que quiera si sabe poner correctamente las 50 provincias en su sitio!

Y con ese aparente milagro de responder a la crisis con fiesta y a la inflación con correcciones de décimas de crecimiento al alza y de que nadie se explique de donde saca la gente tanto tiempo libre y tantas ganas locas de salir a gastar, habrá que convenir que igual el sistema se basta bien solo y todos los profetas del apocalipsis y todos los ineptos metiendo la gamba hasta la sobaquera hirsuta (cielos: otro micromachismo, chupito) son los que sobran. Pero peor son los melifluos cantamaitines que te toman por imbécil y te cuentan el cuento de acostarte ocultándote la luna con sus dedos de manicura Perfect French para venderte la oscuridad como el nuevo testamento, que de la noche a la mañana te dice que ahora es putobien lo que ayer era cacaculopedopis.

Y que este reino ya sería perfecto si se quitasen de en medio todos estos mindundis venidos a más por el poder de sus codazos y la barrila de su verborrea, si tanto prestidigitador de lo fatuo desapareciera dentro de su chistera, si tanto funambulista de ático y pitchelevator se fuera a lo hondo, si tanto malabarista del trinque y la mordida se quedase manco para siempre. Y que fueran infelices y comieran lombrices.

Esprinet y EnGenius fortalecen conexiones

En una apuesta hacia la expansión y mejora de las soluciones de red, el mayorista Esprinet ha anunciado una alianza estratégica con EnGenius Networks, empresa experta en soluciones de conectividad empresarial. Con esta colaboración tanto la empresa mayorista como la empresa fabricante quieren transformar el panorama de las infraestructuras de red, ofreciendo soluciones más avanzadas y eficientes a los clientes. Y es que la multinacional taiwanesa, en su apuesta por la innovación en el ámbito de las soluciones de red, une fuerzas a Esprinet, principal mayorista de tecnología en el sur de Europa, para ofrecer a los clientes una gama más amplia y accesible de productos de última generación. Esta alianza traerá consigo una serie de beneficios, desde una mayor disponibilidad de productos hasta un acceso mejorado a servicios de soporte técnico y preventa, buscando optimizar la experiencia del cliente en la adopción de soluciones de red. El acuerdo incluye la inclusión completa del extenso portfolio de EnGenius en la oferta del mayorista: desde un amplio abanico de soluciones inalámbricas hasta dispositivos de red avanzados, como la serie de switches con gestión cloud, gateways SD-WAN, soluciones de conectividad de larga distancia como la nueva serie EOC (hasta 30 km), y las unidades de gestión de alimentación PDU, todos ellos con gestión en la nube sin coste.

Tecnología coreana para añadir valor al portfolio de Seguridad Electrónica de MCR

El mayorista MCR se convierte en distribuidor de las soluciones de Hanwha Vision (antes Hanwha Techwin) para España y Portugal. Todo ello con el objetivo de ofrecer mejores productos y servicios de seguridad inteligente a toda su cartera de clientes ampliando y mejorando su portfolio.



Hanwha Vision cuenta con innovadoras soluciones de visión avanzada creadas a medida y que aportan valor añadido en sus productos de videovigilancia integrando en ellos tanto la Inteligencia Artificial como las tecnologías en la nube. En este sentido, la división de Seguridad Electrónica de MCR comercializará las soluciones personalizadas de la marca, capaces de cubrir las necesidades de videovigilancia más exigentes. La marca dispone de la última generación de cámaras de alta definición, que permiten una total libertad a la hora de elegir la combinación perfecta de aplicaciones de software, así como de VMS (software de gestión de vídeo), que mejor se adaptan a los requisitos operativos de todo tipo de proyecto. Además, cada uno de los productos de Hanwha Vision está respaldado por una asistencia pre y postventa de calidad y garantía completa de cinco años.

Megasur, nuevo mayorista oficial de Optoma

El mayorista de informática Megasur ha cerrado un nuevo acuerdo comercial con el fabricante Optoma, convirtiéndose así en mayorista oficial de esta marca. Dentro de la variedad de productos de este fabricante, se puede encontrar diversidad de modelos de proyectores, pantallas planas interactivas, monitores profesionales y accesorios, así como pantallas B2B y AIO led para empresas, educación, Audio/Video Profesional y entretenimiento en casa, con una gama tan extensa como para sobrepasar las expectativas de todos los usuarios. Gracias a esta alianza, Megasur refuerza y amplía su catálogo, ofreciendo a sus clientes productos de calidad y duraderos. Optoma es un fabricante con grandes ventas en diversas categorías de proyección a nivel mundial y EMEA. Sus innovadores productos se fabrican cuidadosamente para ofrecer imágenes de nitidez cristalina mediante la incorporación de la última tecnología DLP de Texas Instruments, junto con la ingeniería óptica más avanzada y la dedicación a un producto de calidad superior. Optoma tiene una disposición especial al servicio al consumidor, con toda la gama de producto cubierta en su soporte técnico a través de una extensa red de vendedores distribuidores.

Netgear y Panasonic firman una asociación de interoperabilidad para redes IT/IP y AV Pro

Netgear anunció la asociación de compatibilidad para pruebas con Panasonic Connect para la plataforma Kairos IT/IP para una transmisión en vivo. Los switches compatibles con ST 2110 de la serie M4350 son parte de la iniciativa en curso de Netgear para desarrollar soluciones AV sobre IP para la industria de transmisión y AV profesional. Kairos es una plataforma IT/IP para producción en directo y brinda a los profesionales un control para entregar contenido enriquecido para transmisión, visualización en pantalla grande y transmisión en antena. Kairos agrega ST 2110 a su banda base estándar y conectividad de transmisión para una flexibilidad de entrada/salida que combina perfectamente con la creación de contenido de su procesamiento GPU/CPU. El usuario simplemente verá una interfaz intuitiva basada en capas y una poderosa capacidad de edición con una rápida curva de aprendizaje.

Los switches gestionables Netgear de las series M4250, M4300, M4350 y M4500 son únicos en la industria con una innovadora interfaz orientada a AV. Al eliminar todos los menús complejos llenos de jerga de redes TI, Netgear AV OS proporciona un enfoque simple, basado en plantillas y compatible con AV para cambiar configuraciones. Este flujo de trabajo optimizado permite a los integradores e instaladores de transmisiones

y AV Pro sumergirse directamente en los proyectos con la confianza de que todas las configuraciones de red son correctas para el flujo de trabajo deseado. Esto elimina también aquí la pronunciada curva de aprendizaje y la engorrosa configuración normalmente asociada con las configuraciones de switches de red.



Compusof crece un 25% y abre un área de servicios para clientes DaaS

Compusof, partner estratégico de HP y HPE con más de 41 años de experiencia en el mercado, anuncia sus resultados anuales; el integrador español ha logrado incrementar la facturación durante 2023 en un 25% llegando a alcanzar los 50 millones de euros en España y 15 millones en su filial de México. Durante el pasado año, Compusof puso especial foco en su acuerdo con Nutanix, por el cual comenzó a implementar sus soluciones cloud tanto en la administración pública como en empresas privadas. Además, apostó por las soluciones de colaboración de HP Poly para evolucionar el workplace hacia el nuevo entorno digital. Ambas estrategias, integradas el pasado año al negocio de la com-

pañía, han sido positivas y se han sumado a los buenos resultados anuales en las diferentes áreas, unas cifras que despuntan por encima de la evolución del mercado.

Por otro lado, ante la tendencia del mercado, Compusof ha puesto en marcha recientemente una nueva área de servicios orientados a HP Device as a Services (DaaS). El objetivo no es otro que ofrecer a los clientes un servicio de gestión de dispositivos y recursos de TI que combine equipos y administración del ciclo de vida a través de una solución integral de pago por uso. HP DaaS reúne hardware, soporte, información de análisis práctica, gestión proac-

tiva y servicios para cada fase del ciclo de vida del dispositivo. Desde la actualización del hardware a la implementación del software, pasando por los análisis, los servicios se encuentran integrados para ahorro de tiempo y costes. Ahora, a través de Compusof y su nueva área de negocio, los clientes podrán adherirse a esta nueva oferta que incluye consultoría y diseño, configuración, implementación, optimización, mantenimiento, así como retirada y renovación de quipos. Igualmente, ofrece servicios de ciberseguridad y soporte para obtener un servicio integral que agiliza el negocio y reduce costes en las organizaciones con un outsourcing moderno y eficiente.

Sophos presenta Partner Care, una nueva oferta de atención personalizada al canal

El experto en innovación y ciberseguridad como servicio Sophos amplía su compromiso con el canal con la incorporación de Partner Care, una nueva oferta de su programa global de partners que cuenta con un equipo de expertos de Sophos dedicado que ofrecen asistencia operativa y atienden preguntas no relacionadas con ventas las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Esta notable mejora ha sido diseñada para acelerar los tiempos de respuesta para los partners de Sophos y los proveedores de servicios gestionados (MSP) que necesiten ayuda con tareas administrativas y operativas, liberándoles de esas labores, para que puedan centrarse en vender y proteger a sus clientes con el portfolio de servicios gestionados unificados y soluciones de seguridad para endpoints, redes, correo electrónico y en la nube de Sophos.

Sophos Partner Care ofrece un único punto de contacto para realizar presupuestos, navegar

por el portal de partners, resolver dudas sobre licencias, solicitudes de no reventa (NFR) y mucho más. Con este alto nivel de servicio, los partners que trabajan con pymes pueden mejorar su productividad y aumentar la rentabilidad. Además de Partner Care, Sophos ofreció varias mejoras a su programa global de partners, incluyendo una bonificación adicional del 5%, además de un descuento en el registro de acuerdos para los partners que vendan Sophos Managed Detection and Response (MDR).

Para ayudar a los partners y MSPs a tomar conciencia de los problemas críticos del sector, Sophos también lleva proporcionando inteligencia sobre amenazas nuevas y existentes desde su unidad Sophos X-Ops, un equipo multifuncional de más de 500 expertos en ciberseguridad en todo el mundo. La inteligencia de Sophos X-Ops ayuda a los partners y MSPs a responder con confianza a las preguntas y preocupaciones de los clientes sobre los últimos



ransomware, vulnerabilidades y ataques que circulan en las noticias. Por otra parte, para ayudar a optimizar las distintas tecnologías en los entornos de los clientes, Sophos también ha añadido recientemente una integración de Veeam a sus soluciones Sophos MDR y XDR. Sophos Partner Care y las mejoras adicionales para partners están disponibles de forma inmediata y exclusiva a través del Sophos Global Partner Program.

Exclusive Networks retoma sus Partners Days como punto de encuentro con el canal

Tras el éxito de sus Partners Days en 2023, Exclusive Networks Iberia prepara para este año 2024 una nueva ronda de encuentros con su canal en Iberia. De este modo, y bajo el lema, '#InnovateTogether: Fomentando la innovación colaborativa en el ecosistema de la ciberseguridad', este especialista global de ciberseguridad en infraestructuras digitales de confianza convocará a sus partners de distribución en cinco ciudades: Sevilla y Bilbao ya celebradas en abril; Madrid, 26 de septiembre; Lisboa, 17 de octubre; y, finalmente, Barcelona, el 7 de noviembre. El objetivo: compartir conocimiento e información sobre tendencias y nuevas tecnologías y darles a conocer las soluciones de su portfolio. El mayorista también anunció que volverá a dar la bienvenida a la temporada veraniega y a la Navidad con sendas fiestas: Summer Channel Meeting y Christmas Channel Meeting, que tendrán lugar el 20 de junio y el 21 de noviembre de 2024, respectivamente.

"Pese a las oportunidades y las optimistas perspectivas de desarrollo que el mercado de la ciberseguridad alberga, los partners de canal se enfrentan a importantes retos: financieros, tecnológicos, regulatorios, de especialización... que socavan sus oportunidades de crecimiento y aportan una gran complejidad. Contar con el respaldo de una figura global -que actúa en modo local- como Exclusive Networks, con un amplio portfolio tecnológico y una oferta de servicios de primer orden, es una garantía para avanzar en este mercado", afirma Carmen Muñoz Álamos, directora general de Exclusive Networks Iberia. "Un año más la innovación marcará nuestros pasos. Bienvenidos todos aquellos partners que deseen evolucionar y crecer con nuestro apoyo".

Solo un tercio de las organizaciones siguen metodologías ‘ágiles’

Las organizaciones de todo el mundo son conscientes que a medida que se disipan los riesgos derivados de la pandemia surgen nuevos desafíos en el horizonte. Con un mercado laboral en movimiento, la incertidumbre económica derivada del impacto de la guerra en Ucrania o Palestina y las amenazas subyacentes de la crisis climática, el entorno empresarial seguirá teniendo un componente volátil en los próximos años.

CON EL objetivo de afrontar los desafíos empresariales, las organizaciones apuestan por implementar nuevas metodologías para resultar más competitivas y eficientes. En este contexto, el 30% de las organizaciones a nivel mundial reconoce tener una alta tasa de madurez en agilidad empresarial, lo que supone un 7% de crecimiento respecto al año anterior, tal y como concluye “The Business Agility Report” de 2022, un análisis elaborado a nivel mundial que trata de esclarecer el grado de madurez digital en las compañías.

Las metodologías ágiles han ganado popularidad en los últimos años. Tanto es así que ocho de cada diez organizaciones que aplican este tipo de metodologías utiliza Scrum, resultando la más popular. “Scrum se define como un marco ligero que ayuda a las personas, equipos y organizaciones a generar valor a través de soluciones adaptables para problemas complejos. Eso no quiere decir que su aplicación sea simple: tradicionalmente se ha comparado a Scrum con el ajedrez, donde unas reglas sencillas dan lugar a un juego con muchas variantes complejas basado en pilares como la transparencia, la inspección o revisión y la adaptación al cambio”, afirma Alonso Álvarez, Lead Expert en Agile de BTS.

¿Por qué Scrum es más popular entre los equipos?

Orientado al trabajo colaborativo y en equipo, Scrum es una metodología de trabajo ágil, que ayuda a solventar problemas complejos a través de buenas prácticas para obtener los mejores resultados. Popular entre diferentes sectores, su uso es más extenso entre equipos de TI o servicios profesionales. Se trata de una forma de trabajo que ayuda a reducir riesgos e incertidumbre ya que divide la actividad en unidades más pequeñas, lo que fomenta recibir feedback temprano del cliente, acelera los resultados y fomenta la mejora continua.

A través de su aplicación en múltiples equipos en todo tipo de organizaciones, los ex-



Alonso Álvarez, Lead Expert en Agile de BTS.

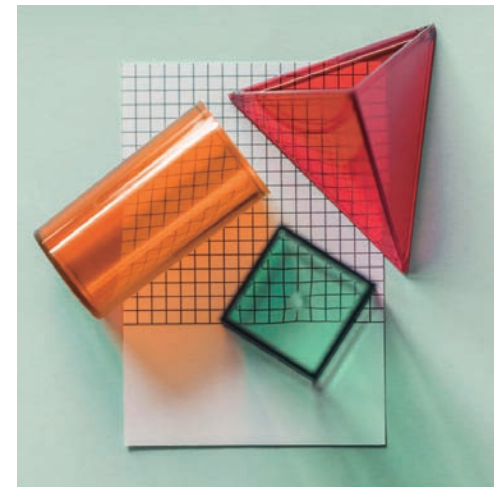
perptos de la consultora BTS, especializada en la implementación de estrategias a través de personas y formación en metodologías ágiles, han podido ayudar a llevar a la práctica los cinco valores de Scrum que ayudan a conseguir equipos de alto rendimiento:

1. **Compromiso**
El equipo Scrum se define como multifuncional, “auto-organizado”, y con autonomía para tomar sus propias decisiones. Eso es un verdadero superpoder, pero ya sabemos que “un gran superpoder conlleva una gran responsabilidad”, en este caso es el compromiso de alcanzar los objetivos planteados y apoyarse mutuamente para lograrlo.
2. **Enfoque**
El equipo debe poner toda su atención en avanzar hacia sus objetivos. Eso supone que el foco principal de su actividad debe estar puesto aquí. Evitar distracciones y desviaciones se convierte así en un elemento fundamental.
3. **Apertura**
El trabajo del equipo está sujeto, como todo lo demás, a inspección y adaptación. No es posible si hay una visión rígida e inflexible. Por ello es tan importan-

te que equipo y sus stakeholders estén abiertos a otras posibilidades sobre el trabajo.

4. **Respeto**
Se trata de algo básico: las personas del equipo se respetan entre sí, y son respetadas por el resto de personas de su entorno.
5. **Coraje**
Las personas del equipo tienen el valor de dar un paso adelante y hacer lo correcto. Este valor implica la existencia de una “seguridad psicológica”: no hay miedo a expresar puntos de vista y señalar aquello que no está bien.

En este campo, la consultora BTS, especializada en la ejecución de la estrategia empresarial y resultados de negocio, ayuda a profesionales en materia de Recursos Humanos, ventas y marketing. En concreto, ofrece programas de desarrollo de talento, aprendizaje, gamificación y assessment, así como programas avanzados para optimizar los departamentos de fuerza de ventas. Con sede en Estocolmo (Suecia), suministra estos programas a más de 750 organizaciones de todo el mundo, con base en las necesidades específicas de cada una. [TP](#)



Hoteles sin esperas ni horarios. FeelFree Check-in.

Partner Tech añade a su catálogo de soluciones 360 la última tecnología en **kioscos autocheck-in de exterior e interior** para el sector hotelero. Una nueva experiencia rápida e intuitiva que revoluciona los conceptos de check-in y check-out. **Rápidos, eficientes y flexibles.**



Rapidez y comodidad



Sin esperas ni colas



Libertad y flexibilidad



Disponible 24/7



Agiliza operaciones



Optimiza personal



Reduce costes



Clientes satisfechos



Libertad para el cliente. Eficiencia hotelera.



Los hoteles son para disfrutar, no para esperar.

FeelFree CHECK-IN



Rápido, flexible y eficiente.

INTERIOR

EXTERIOR

Partner Tech, soluciones 360°

Una empresa líder con el mayor catálogo de soluciones del mercado.
Nos ocupamos de todo para su negocio. Consultoría, personalización, instalación y mantenimiento.

Quieres concertar
una demo?

913 120 632
comercial@partner-tech.eu
www.partner-tech.eu



PARTNER

CARE . TRUST . RESPONSIBILITY

La “Economía Salesforce” según IDC

Salesforce consolida su posición como empresa motriz en la implementación de IA empresarial, arrastrando con su innovación la transformación digital de cientos de miles de empresas en todo el mundo. Según la consultora IDC, supondrá una ganancia neta de 83.000 empleos hasta 2028, alcanzando 157.500 puestos de trabajo relacionados con las soluciones cloud impulsadas por IA solo en España. Amen de liderar un año más su segmento de CRM en la nube del que fue pionero hace ya un cuarto de siglo.



Enrique Polo de Lara, Senior VP y Country Manager de Salesforce España.

EN UNA cita con los medios especializados, la compañía Salesforce hacía balance de su ejercicio fiscal 2024, en el que España se ha mantenido como uno de los mercados más dinámicos, en consonancia con los países del Sur de Europa. A nivel global, la compañía alcanzó unos ingresos de 9.290 millones de dólares en su último trimestre y de 34.900 millones de dólares en el conjunto del año, con un crecimiento del 11% respecto a las cifras del año anterior.

Entre los anuncios y con la meta de consolidar su crecimiento por encima de la media del sector TIC, Salesforce mantendrá en España en el ejercicio fiscal 2025 una estrategia que profundiza en los objetivos del ejercicio anterior con una importante apuesta por la implementación de la IA Generativa.

“En el caso de España, nuestra estrategia de crecimiento se ha basado en reforzar nuestra presencia en el midmarket, desarrollar el ecosistema, potenciando la reventa en el canal y ampliar nuestra cobertura territorial y estamos muy satisfechos con los resultados”, explicaba Enrique Polo de Lara, Senior VP y Country Manager de Salesforce España. “De cara al año fiscal que comienza ahora, la Inteligencia Artificial y las estrate-

gias de gestión de datos serán los grandes impulsores del mercado. Estamos muy bien posicionados para liderar en este terreno”.

Se destacó también cómo a lo largo del último año fiscal, Salesforce España ha realizado algunos avances significativos como ampliar sus oficinas en Barcelona y Lisboa o incrementar el número de partners que participan en el programa de reventa de la compañía, lo que le está permitiendo ganar capilaridad y penetración en el mercado.

Además, según un reciente informe de IDC, donde ha acuñado la idea de “la economía Salesforce” —el impacto de Salesforce y su red de partners en la economía global— se menciona la continua expansión de las soluciones cloud impulsadas por la IA que están acelerando este proceso, con un impacto particularmente significativo en España. De acuerdo con la consultora, la economía de Salesforce generará “más de 2.000 billones de dólares” en nuevos ingresos netos entre 2022 y 2028 en el mundo, a un ritmo de crecimiento más rápido de lo previsto. El informe también estima una ganancia neta de más de 11 millones de puestos de trabajo entre 2022 y 2028 a medida que proliferan las soluciones basadas en IA.

En el caso concreto de España, IDC estima que la economía de Salesforce, impulsada por las soluciones en la nube potenciadas por IA, incluyendo aplicaciones y plataformas, podría generar más de 10.000 millones de dólares en beneficios económicos en España en 2028, con una ganancia neta de más de 21.000 millones de dólares entre 2022 y 2028 y una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 19,5% en este periodo.

En cuanto a los empleos generados por la economía Salesforce en España, las estimaciones de IDC indican que para el año 2028 se alcanzarán hasta 157.500 puestos de trabajo relacionados con las soluciones en la nube impulsadas por la IA de Salesforce. Esto representa una ganancia neta de algo más de 83.000 puestos de trabajo desde 2022.

Ecosistema de éxito

Tal y como se anunció el año pasado, una selección de partners de Salesforce se han sumado al grupo de revendedores que comercializan licencias, incrementando así sus oportunidades de negocio con Salesforce. Esto impulsará tanto la generación de riqueza en el ecosistema como la penetración de Salesforce en el mercado, especialmente en el área de midmarket. En la actualidad, ya hay 20 empresas que participan en el programa de revendedores.

En España y Portugal hay más de 7.500 personas en el ecosistema que tienen al menos una certificación y entre todas ellas suman más de 21.500 certificaciones. Esto supone un crecimiento por encima del 25% en personas certificadas y del 34% en certificaciones.

Ana Vertedor, vicepresidenta de Alianzas & Canal de Salesforce destacaba también el trabajo que se está realizando en la incorporación de formación especializada en Salesforce en universidades. “En España nos enfrentamos al desafío de la escasez

snom



HD100 / HD101



HD350W / HD351W



HM201

Descubra nuestros teléfonos de hotel.

¡La mayor calidad, funcionalidad y diseño para
sus huéspedes a un precio muy competitivo!

www.snom.com

*«Nuestra estrategia de crecimiento en España se ha basado en reforzar nuestra presencia en el midmarket, desarrollar el ecosistema, potenciando la reventa en el canal y ampliar nuestra cobertura territorial»
(Enrique Polo, Salesforce)*

de talento digital. Creemos que la colaboración con universidades y otras instituciones educativas es el mejor camino para hacer frente a esta situación”.

Así, en enero pasado se ponía en marcha un Máster de Formación Permanente en Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM) en la Universidad Rey Juan Carlos y un programa de certificación en Salesforce en el Instituto de Empresa, lo que se suma a otras iniciativas como el Máster de Formación Permanente en Gestión y Diseño en Plataforma

CRM-Salesforce de la Universidad de Alcalá, que ya va por su segunda edición. Todas estas iniciativas se realizan en colaboración con Cloud Coaches, partner oficial de desarrollo profesional de Salesforce.


CRM + IA + Data + Confianza

A lo largo de los últimos meses, Salesforce ha completado su cartera de soluciones para facilitar a las empresas la incorporación de la IA en sus procesos de negocio. De acuerdo con la compañía, las soluciones de gestión de relación con los clientes (CRM) solo pueden aprovechar la máxima capacidad de la IA si se cuenta con una adecuada estrategia de datos y si se refuerzan las tecnologías y funcionalidades que garanticen la confianza. El objetivo es tanto conseguir resultados precisos como asegurar que los datos y la información de las empresas y sus clientes se mantengan dentro de los perímetros de seguridad de las organizaciones.

“Estamos inmersos en una revolución de la productividad y la eficiencia con la introducción de la IA generativa. Las empresas están empezando a ver aumentos de productividad y los ejecutivos quieren aprovecharlo. Esto implica que muchas empresas quieran implementar rápidamente la IA generativa en sus operaciones. Pero, ha de hacerse con la infraestructura, recursos y socios adecuados para maximizar la inversión. Los departamentos de TI deben trabajar con sus directivos para garantizar que la rápida integración de la IA generativa no implique sacrificar la seguridad y la

calidad de los datos”, afirmaba Gonzalo Goñi, director de Solution Engineering de Salesforce Iberia.

La oferta de Salesforce en IA se articula en torno a Einstein 1 Platform, que es la evolución de la plataforma Customer 360 que permite a todos los clientes la gestión de los datos y el despliegue de la IA y las automatizaciones a escala en todas las aplicaciones que forman parte de la plataforma: ventas, marketing, eCommerce, servicio y soluciones verticales. Además, Salesforce ha creado Einstein Trust Layer, una serie de funcionalidades (como Data Masking o Zero Retention Policy) que permiten aprovechar las capacidades de la IA generativa al mismo tiempo que evitan los peligros asociados a la misma, como el que los datos de las empresas y sus clientes alimenten instancias públicas o que las respuestas obtenidas de los modelos estén sesgadas o sean inventadas (las llamadas alucinaciones).

En el último evento Salesforce TrailblazerDX la compañía ya anunciaba de la disponibilidad de algunas de sus soluciones emblemáticas en el área de la IA. Entre ellas cabe destacar Einstein Copilot, un asistente conversacional basado en IA generativa que va a hacer más productivo a cada uno de los usuarios que trabajan en las aplicaciones de la plataforma Einstein 1, o Einstein 1 Studio: un conjunto de herramientas low code que permite a los administradores y desarrolladores de Salesforce personalizar Einstein Copilot para adaptarlo al caso de uso concreto de su organización. 

Salesforce World Tour llega a Madrid

Salesforce celebró el 4 de abril su gran evento nacional: World Tour Madrid. La cita tuvo lugar en el Centro de Convenciones Norte de Ifema de Madrid y cumplió de largo el objetivo de reunir a más de 2.500 personas a lo largo de la jornada, fundamentalmente profesionales (clientes y partners), que recibieron de primera mano las últimas novedades de la compañía, especialmente entorno a la IA y los datos, los dos protagonistas indiscutibles de la gran cita anual.

Estos dos pilares fundamentales sobre los que se construyen las soluciones más recientes de Salesforce permiten a todo tipo

de empresas construir relaciones de total confianza con sus clientes como mostraron Meliá, EVO Banco o Mahou San Miguel, solo algunas de las empresas de diversos sectores que compartieron sus experiencias con la audiencia mostrando cómo las herramientas de Salesforce les han ayudado a lograr sus objetivos.

Enrique Polo de Lara, fue el encargado de abrir el evento en el escenario principal, recalando la decidida apuesta de Salesforce por la IA generativa y la gestión del dato. “Es necesario integrar los datos para mejorar los flujos de trabajo, pero hay que diferenciar los datos públicos de los datos

empresariales”, señalaba. “La precisión y fiabilidad que se puede obtener de la IA depende de la calidad de los datos y, además, es imprescindible que las implementaciones de IA se realicen con los mayores estándares de seguridad y confianza. Las soluciones IA de Salesforce garantizan que los datos utilizados son únicamente de la empresa y no se comparten con terceros”.

Por su parte, Marco Hernansanz, EVP & CEO de Salesforce para el Sur de Europa, Oriente Medio y África, destacó los valores de la compañía y su modelo filantrópico 1-1-1. “La ética y la transparencia tienen una relevancia especial en la era de la In-

teligencia Artificial”, enfatizó. “ya que los datos de los clientes no son el negocio ni el producto de Salesforce”. Hernansanz también repitió las cifras del impacto de Salesforce en la economía real citando a IDC.

El cerebro de la bestia

A continuación, el evento se centró en las características de Einstein 1 Platform, compuesta por herramientas low-code que permite a las empresas gestionar los datos de sus clientes e implementar automatizaciones en todas las aplicaciones de la plataforma. Por otro lado, y para complementar el uso de la IA con una buena estrategia de datos, Data Cloud incluye nuevas funcionalidades para sacar todo el partido a los datos en todas las aplicaciones CRM y servicios de Salesforce.

Otra de las novedades destacadas en cuanto a productos es Einstein Copilot, el nuevo asistente conversacional basado en IA de Salesforce. Esta herramienta permitirá a las empresas aprovechar todo el potencial de la IA generativa, ya que es capaz de responder preguntas, resumir y crear contenido nuevo, interpretar conversaciones complejas y automatizar tareas de forma dinámica en nombre de un usuario, todo con una interfaz sencilla y perfectamente integrada en el ecosistema de Salesforce. Este lanzamiento viene acompañado, además de Einstein Copilot Studio, una solución que permite a los desarrolladores crear aplicaciones de IA generativa personalizadas y en también en formato low-code.

Diversos protagonistas compartieron con el público sus casos de uso reales con las herramientas y soluciones de Salesforce, mostrando cómo las funcionalidades del CRM les han ayudado a mejorar la relación con sus clientes, aumentar la productividad reduciendo tareas repetitivas o conectar todos sus datos y sacarles el máximo partido gracias a la IA.

Durante el resto de la jornada, los visitantes pudieron disfrutar de sesiones dedicadas a distintas temáticas (IA y datos), sectores (energía, transporte, banca, retail, servicios, seguros, sector público, viajes o industria) y a las distintas nubes y productos que ofrece Salesforce. En estas sesiones participaron más de 40 clientes de la compañía.



Marco Hernansanz, EVP & CEO de Salesforce para el Sur de Europa, Oriente Medio y África.

Campamento de experiencias

Fuera del escenario principal, los asistentes al World Tour tuvieron la oportunidad de viajar a través de las distintas nubes y plataformas que ofrece Salesforce para conectar a marcas y clientes. Así, valiéndose de un pasaporte que iban sellando según visitaban las distintas zonas del evento, pudieron disfrutar de demos de producto, espacios dedicados a partners o a Slack.

- *BrAIInforest*. Un pequeño teatro donde se muestran las novedades de Einstein

**«La economía Salesforce generará una ganancia neta de más de 21.500 millones de dólares entre 2022 y 2028 en España, con un pico de más de 10.000 millones para 2028, y una tasa de crecimiento anual compuesta del 19,5%»
(Marco Hernansanz, Salesforce)**

1 y que ha ofrecido a los asistentes la posibilidad de ver todo lo que pueden hacer con la IA potenciada por datos.

- *Trailblazer Forest*. Un espacio para la plataforma de Salesforce dedicada a la formación que las empresas pueden aprovechar para reforzar y mantener al día las habilidades de sus equipos en relación al ecosistema Salesforce.
- *Centro de atención al ciudadano*. Una recreación de una oficina de atención al ciudadano para mostrar todo lo que Salesforce puede ofrecer al sector público. Los asistentes pueden comprobar aquí cómo han evolucionado los servicios públicos, con una misma oficina dividida en dos mitades: una en la que se recrea una instalación del pasado, junto a otra que muestra las posibilidades que ofrece la tecnología actual.
- *VTO Area*. La zona dedicada a la sostenibilidad con voluntarios de Earthforce que explican en qué consiste el modelo 1-1-1 y sus diferentes iniciativas. Los valores son la piedra angular de Salesforce y, por ello, los asistentes tienen la opción de escribir en una tarjeta qué 1% darían para mejorar el mundo y colgarla en el Árbol de la Gratitud. Además, se regalará a los asistentes un lápiz con semillas que luego podrán plantar.

MSSPs: automatización y orquestación para mejorar la eficacia de los procesos de respuesta a incidentes

Cualquier organización debe considerar hoy en día la opción de gestionar la ciberseguridad a través de proveedores que presten servicios de seguridad gestionada (MSSPs, por sus siglas en inglés)

Implementar los recursos y procesos adecuados para alcanzar los objetivos de ciberseguridad es un reto en la actualidad. La tecnología evoluciona rápidamente, pero también las ciberamenazas, capaces de aprovechar las nuevas vulnerabilidades que aparecen o las configuraciones de aplicaciones y sistemas que se realizan a la velocidad de las prioridades de negocio. Ese reto es aún mayor cuando existe una obligada integración con terceros, dando lugar a una cadena de suministro que abre nuevas variables de riesgo que es necesario controlar.

Los MSSPs ofrecen capacidades en ciberseguridad tanto en tecnología como en procesos, además de personal formado y experimentado en dicha rama. Gracias a esta especialización, los clientes potenciales pueden integrarse con sus MSSPs con plenas garantías de servicio, obligaciones, que, por otro lado, se verán reflejadas en los contratos suscritos. En consecuencia, las empresas se liberan de tener que dedicar un departamento operativo exigente en inversión inicial y gasto continuo para mantener el ritmo de evolución de la tecnología, las amenazas y un mercado de contratación con alta rotación.

Más concretamente, las empresas que optan por un MSSP, frente a un departamento interno de ciberseguridad corporativo, disponen de una infraestructura dedicada y operativa desde el primer día del contrato. Dicha infraestructura les permitirá, además, acatar el cumplimiento en materia regulatoria de seguridad y protección de datos.

Otra ventaja clave tiene que ver con los procesos de operación, que capitalizan el conocimiento acumulado del equipo de analistas y la experiencia de hacer frente a incidentes a lo largo del tiempo, y en múltiples contextos de negocio.



Economía de escala

Un último beneficio guarda relación con la economía de escala, al conseguir las empresas ser más eficientes a un coste más reducido. No obstante, la escalabilidad de su infraestructura de gestión para provisionar nuevos clientes debe garantizar la eficacia: maximizar la detección de incidentes.

En este sentido, la tecnología más avanzada contribuye a la eficacia, especialmente



los indicadores de calidad, la información de inteligencia, la comunicación fluida entre interesados cuando se produce un incidente y con los avances en analítica e Inteligencia Artificial (IA).

Sin embargo, la escalabilidad y las economías de escala no deben impactar en la calidad marginal de cada servicio, debiendo así optimizar la eficiencia (por ejemplo, minimizar falsos positivos y automatizar un máximo de tareas). La IA y las capacidades de integración, gestión y control de calidad en las plataformas que integran la infraestructura de gestión ayudarán a mejorar esta eficiencia.

Por último, los MSSPs deben afrontar también algunos retos para ser exitosos en el desempeño de sus servicios. Cada cliente constituye un caso particular; por su sector, su madurez en la digitalización, la ciberseguridad o la situación geopolítica. En base a esto, los MSSPs deben conseguir el equilibrio de escalar capacidades comunes para todos sus clientes y personalizar el servicio para el perfecto alineamiento a las dinámicas de negocio y gestión de riesgos de cada uno de ellos. Los proveedores tecnológicos tienen margen de desarrollo de plataformas orientadas a la operación de los MSSPs.

En definitiva, y dada la importancia de ofrecer unos procesos eficaces, Exclusive Networks, que no provee directamente estos servicios, se apoya en fabricantes como Palo Alto Networks, Fortinet, Exabeam o LogRhythm que ayudan a la automatización en ciberseguridad.

Fran Fernández,
Responsable de la Unidad de Negocio de Seguridad en Exclusive Networks Iberia



Somos Exclusive Networks.

Especialista global en ciberseguridad de confianza.

Somos líderes en tecnologías innovadoras de ciberseguridad y proporcionamos servicios para acelerar la venta de tecnologías disruptivas de ciberseguridad e infraestructura digital a escala global. Desde Exclusive Networks ayudamos a los proveedores de ciberseguridad a expandir sus negocios a nivel mundial, y ofrecemos a nuestros socios de canal experiencia, tecnologías disruptivas y servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

ARISTA

BITSIGHT



FORTINET

Gigamon



imperva

infoblox



ONE IDENTITY



proofpoint.



THALES

ThrivedX

tufin



www.exclusive-networks.com/es

Euskotel, partner en la categoría Platinum de Wildix

Wildix, posicionada por tercer año consecutivo como Niche Player en el Gartner Magic Quadrant para UCaaS, anuncia que Eusko Telecomunicaciones (Euskotel) se erige como el partner en la categoría Platinum, una distinción que resalta “su dedicación sobresaliente y su excelencia” en la provisión de soluciones integrales a través de sistemas de comunicaciones unificadas.

POR SU enfoque “incansable hacia la innovación y una sólida orientación hacia el servicio al cliente”, que ha demostrado de manera consistente su capacidad para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus clientes, el proveedor de UCaaS Wildix señala los méritos de Euskotel y le reconoce el máximo nivel en su escala de partners de canal.

La empresa vasca está dirigida tanto a pymes de menos de 50 empleados como a grandes corporaciones con miles de usuarios. Ofrece sus servicios tanto a empresas privadas en sectores como banca, industria, hoteles y hospitales, como administraciones públicas cuyo objetivo principal siempre ha sido ser un proveedor de comunicaciones global.

Daniel Asensio, Country Manager de Wildix en España, comenta: “En Wildix estamos muy orgullosos de contar con Eusko Telecomunicaciones como partner Platinum. Su experiencia y conocimiento profundo del mercado de UCaaS les permiten ofrecer soluciones personalizadas y eficaces que impulsan la productividad y la eficiencia en las empresas. Es gratificante saber que junto a nuestros socios estamos redefiniendo el estándar de excelencia en el mercado de las comunicaciones empresariales, brindando soluciones innovadoras, fiables y de vanguardia que permiten a las empresas alcanzar su máximo potencial en un mundo cada vez más digitalizado y conectado”.

100% centrada en el canal

El modelo de negocio de Wildix está centrado completamente en el canal indirecto. La compañía y sus equipos tienen un compromiso total con sus socios y se han convertido en un aliado fiable y que les respalda al 100%. La estrategia de Wildix se basa en empoderar a sus partners a través de un sólido apoyo y recursos integrales con un programa sólido y beneficioso para ambas partes.

Desde el inicio, se dedica a fortalecer las capacidades y el alcance de sus socios, ofreciendo todo tipo de recursos, además de eventos exclusivos como la Cumbre Anual, el



Día del Socio, reuniones trimestrales y seminarios web periódicos. Estos encuentros fomentan las sinergias dentro de la comunidad y facilitan la comunicación abierta, esenciales para el intercambio de ideas y el crecimiento colaborativo.

“En Wildix, sabemos que el éxito de nuestros partners es nuestro éxito. Estamos comprometidos con proporcionarles las herramientas, el apoyo y los recursos necesarios para prosperar en el competitivo mercado de UCaaS”, añade el mismo Asensio.

Integración sin fisuras

Wildix ofrece soluciones de UC&C adaptadas a las necesidades de cada organización con actualizaciones automáticas y garan-

*«Sabemos que el éxito de nuestros partners es nuestro éxito. Estamos comprometidos con proporcionarles las herramientas, el apoyo y los recursos necesarios para prosperar en el competitivo mercado de UCaaS»
(Daniel Asensio, Wildix)*

tías integradas. “Nuestra tecnología permite acceso a todas las comunicaciones desde cualquier dispositivo, con actualizaciones instantáneas para máxima practicidad y seguridad”, comenta Asensio. “En Wildix, nos enorgullecemos de nuestro enfoque centrado en el valor para el cliente, trabajando con socios de negocio para resolver problemas empresariales y abrir nuevas oportunidades de crecimiento”.

Desde 2017, Wildix es una compañía pionera en la integración de capacidades de inteligencia artificial en su plataforma de comunicación, bautizándola como “Wildix Business Intelligence” (WBI). Gracias a ello, han ayudado a transformar procesos empresariales, reduciendo el tiempo hasta en un 25%, con historias de éxito que destacan mejoras significativas en la eficiencia y ahorro de costes para sus clientes.



Daniel Asensio,
Country Manager de Wildix en España.

Joseba Kortabarria (Euskotel): «Hemos sido capaces de levantar la plataforma virtual en cuestión de minutos, y antes tardábamos semanas»



Joseba Kortabarria, director general en Euskotel.

Euskotel es una empresa que nace en Eibar (Guipúzcoa) en 1987 con cuatro empleados e inicialmente ofreciendo a sus clientes servicios de voz. Al poco tiempo de fundarse, experimentó un crecimiento significativo y viéndose reflejado en la apertura de otras dos oficinas ubicadas en el País Vasco: San Sebastián y Derio (Vizcaya). Euskotel ha ido enriqueciendo su oferta de servicios con Contact Centers y Comunicaciones Unificadas y es una empresa que destaca por su servicio de postventa de cara a sus clientes.

El equipo de Euskotel y la cartera de productos Wildix ha sido la combinación perfecta para su exitoso desarrollo dentro del País Vasco. “A finales de 2020 unimos nuestros esfuerzos a los de Wildix con el único pensamiento de tener en nuestro portfolio una solución de comunicaciones unificadas completa, segura y totalmente integrable con terceros. Una solución donde el fabricante se apoya al 100% en el partner para su comercialización. Tras casi cuatro años de colaboración con Wildix, podemos asegurar que tanto nuestras expectativas como las de los clientes han sido cubiertas con creces. Nos enorgullece enormemente el nuevo nivel de partner Platinum adquirido y nos anima a seguir creciendo e innovando juntos”, explica Joseba Kortabarria, director general en Eusko Telecomunicaciones.

Esta empresa está dirigida tanto a pymes como a grandes corporaciones con miles de usuarios dentro del País Vasco. Ofrece sus servicios tanto a empresas privadas en sectores como banca, industria, hoteles y hospitales, como administraciones públicas cuyo objetivo principal siempre ha sido ser un proveedor de comunicaciones global. Para saber más sobre este caso de éxito y la génesis de la relación con Wildix, reproducimos este cuestionario respondido por el director en Euskotel, Joseba Kortabarria, donde comenta los aspectos más relevantes que les llevaron a ser convertirse en un destacado partner.

¿Cómo fue la primera toma de contacto con Wildix y qué os llamó la atención sobre sus productos?

Motivados por la transformación digital, hace quince años nos planteamos ofrecer a los clientes soluciones basadas en la nube y de pago por uso. Siempre hemos sido ‘mono distribuidores’, y hace cinco años nuestro proveedor lanzó una solución en la nube, pero con el paso de los años nos dimos cuenta de que esta solución no cubría a empresas por debajo de 50 usuarios, y este es nuestro tejido empresarial principal.

Entonces, nos encontrábamos en la situación de barajar otras oportunidades, y casualmente Wildix se puso en contacto con nosotros. Después de 35 años operando, fue la primera vez que abrimos la puerta a otro fabricante. Wildix, a diferencia de otras, es una solución muy abierta y que te permite hacer integraciones con terceros y no solo nos permite dar solución al problema con las empresas de menos de 50 usuarios, sino que también podemos enfocarnos a empresas más grandes. Todo el equipo Euskotel, tanto SAT como comerciales y técnicos, están encantados con Wildix. ¡Esto me genera confianza, y estar seguro de haber hecho la elección correcta!

¿Qué destacarías de la cartera de productos Wildix?

La dinámica que tenemos a la hora de presentar un servicio al cliente es a través de

demos, y el producto que más les llama la atención es Wildix WebRTC Kite y su integración con la potencia de la web. A través de la demo pueden ver en tiempo real cómo contactar con un empleado a través de la web, el cual, además, se integra con Collaboration. Esto deja a los clientes muy sorprendidos. Por otro lado, Collaboration, te permite acceder desde cualquier navegador, independientemente de dónde estés ubicado.

¿Cuáles serían las ventajas más importantes para Euskotel?

La facilidad para hacer ofertas comerciales con Wildix, pudiendo hacerlas en cuestión de minutos, y la rapidez de la puesta en marcha de la solución son las dos ventajas que más destacarían de Wildix. Hemos sido capaces de levantar la plataforma virtual en cuestión de minutos, y antes tardábamos semanas.

Por otro lado, la política de Wildix encaja totalmente con Euskotel. Nos sentimos muy cómodos con la posibilidad de hacer integraciones de todo tipo con terceros. También, el hecho de que tengamos libertad para gestionar a nuestros clientes y facturar nosotros mismos al cliente final, es un valor añadido sin duda, lo cual nos permite incrementar nuestros márgenes.

Collaboration está también disponible en euskera: ¿cómo facilita a Euskotel la traducción de la plataforma en su relación con los clientes?

Para nosotros ha sido una grata sorpresa. Comparándolo con nuestro fabricante de siempre, esta ha sido una petición que llevamos solicitando desde hace 25 años. Disponer de la plataforma de Collaboration en euskera es muy importante para nosotros. Por un lado, nos abre puertas para colaborar con organismos públicos ya que es uno de los requisitos para poder presentarnos. Y, por otro lado, a los clientes les gusta esta cercanía, encontrarse con su plataforma de comunicación en el idioma vernáculo. Nos abre muchas puertas.

NEXT
DISTRIBUCIÓN

SAMSUNG

Authorized Mobile
Gold

Tu Mayorista Cercano

Galaxy



Galaxy Tab



Galaxy Book4 Series

NEW



Galaxy Book4

Galaxy Book4 Pro

Galaxy Book4 Pro 360



SI QUIERES MÁS VINCULACIÓN
Asóciate con nosotros



TU ESTABLECIMIENTO
DESDE CERO.



FORMA PARTE DE
NUESTRA COMPAÑÍA.

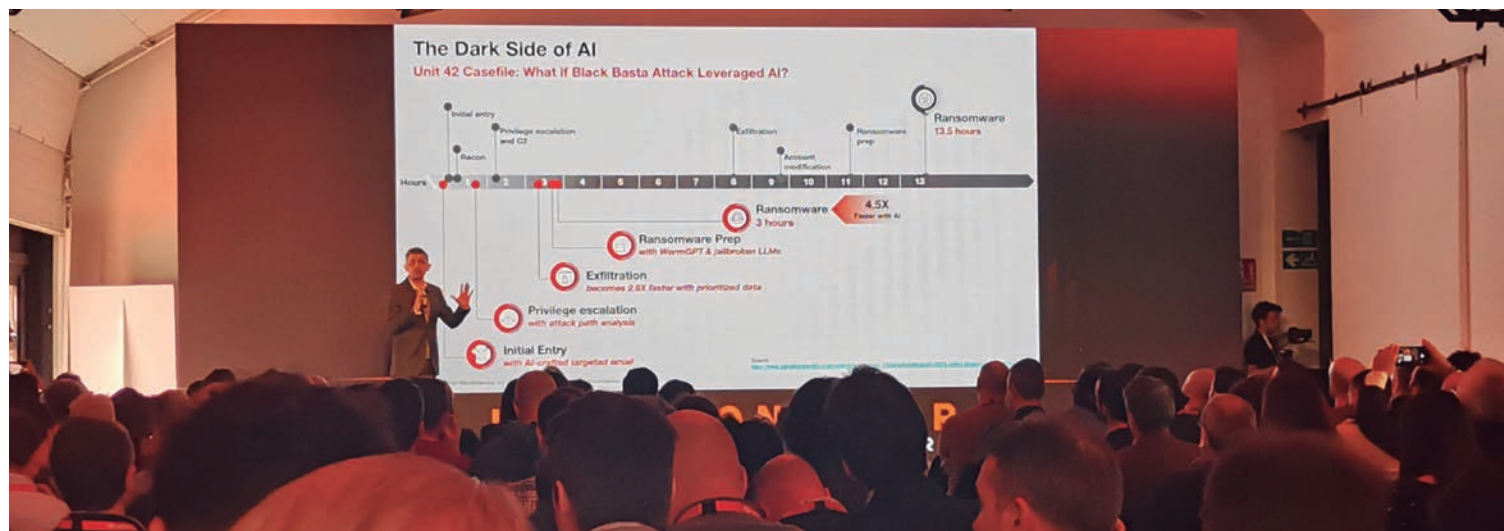


BENEFICIOS MUTUOS.

POINT
NEXT

La necesaria convergencia y alineamiento de estrategias IT/OT

En el marco del evento Ignite on Tour 2024 que tocó Madrid la pasada semana, Palo Alto Networks presentaba su último informe “The state of OT Security: A Comprehensive Guide to Trends, Risks, and Cyber Resilience”, un detallado documento que proporciona una visión sobre las previsiones en ciberseguridad OT (Operational Technology), la implementación de tecnologías como la IA o estrategias de Zero Trust en el tejido empresarial español, y cómo crece el temor que las posturas en TI comprometan los ciclos de producción de las empresas.



PALO ALTO Networks se está haciendo fuerte entre los grandes players de ciberseguridad. A sus dirigentes ya no les gusta que se les asocie “al hierro” de cuando empezaron, y esgrimen todas las empresas y tecnologías que han ido adquiriendo e integrando para construir una plataforma robusta basada en Zero Trust que a diferencia de otras, comienza desde el mismo corazón de los equipos de networking, su fortaleza natural.

También fue la ocasión de saludar a un histórico, Jordi Botifoll, que se estrenaba en la vicepresidencia para el Sur de Europa y Mercados Emergentes de Palo Alto tras su paso por Cisco y más recientemente NetApp: “Apenas llevo tres meses y medio en este puesto y estoy muy feliz. Vengo con una gran experiencia previa de mis años en Cisco o NetApp, y ahora tengo la responsabilidad sobre más de 70 países del sur de Europa, Latinoamérica y países emergentes como Turquía y otros del Oriente Medio y repúblicas de la extinta URSS, la geografía más amplia de la corporación. Para su desarrollo España ha sido establecido como país ancla, un hub sobre el cual se conforma una serie de elementos como soporte o replicación de buenas prácticas que

nos dan relevancia y atractivo dentro de Palo Alto”.

Sin duda el sector de la ciberseguridad está atrayendo la mirada de todo el mundo, buenos y malos, un campo de batalla donde se requiere tener las mejores herramientas para contrarrestar unas técnicas de ataque cada vez más sofisticadas. “El negocio del cibercrimen ya factura 8.000 billones de dólares en el mundo, y en este escenario la tendencia para contrarrestarlo solo pasa por las respuestas en tiempo real y automatizadas, sin apenas intervención humana para minimizar los errores, y para ello es imprescindible el uso de la IA como gran aliada”, apunta Botifoll. “Otro obstáculo es la gran atomización del sector con más de 500 actores que crea a los clientes riesgos crecientes en la integración de herramientas que aprovechan los malos y además sobrecostes que podrían ahorrarse. Es por ello que Palo Alto lleva unos años desplegando su estrategia de plataforma, un concepto que permite simplificar y reducir costes a la vez que se aumenta el rendimiento. Ya tenemos tres plataformas que cubren el ámbito de la red (Strata), el de la nube (Prisma) y el de SOC (Cortex)”.

En un receso de las sesiones del Ignite 2024 celebrado en Espacio Ventas de Madrid con gran concurrencia de partners y del staff EMEA, su cúpula directiva en el Sur de Europa nos atendieron para comentar en detalle los hallazgos extraídos en su informe “The State of OT Security: A Comprehensive Guide to Trends, Risks, and Cyber Resilience”, una visión sobre la ciberseguridad en entornos de fabricación y producción, y la repercusión de tecnologías como la IA o estrategias como Zero Trust en todo el tejido empresarial español.

Entre las conclusiones reveladas por Marc Sarrías, desde hace dos años Country Manager de Palo Alto Networks para Iberia, compañía en la que cumple ya doce primaveras, destacan cómo casi ocho de cada diez empresas españolas (78%) han sufrido algún tipo de ciberataque en su entorno de operaciones. Un 43% de ellas afirma además que se trata de ataques prácticamente mensuales, mientras que para otro 15% al menos son semanales. Solo un 4% afortunado no han tenido ningún ataque ni problema.

Además, el 71% cree que los ataques originados por IA en su infraestructura OT son un pro-

blema crítico hoy en día (76% en el cómputo global). Como se podrá imaginar uno, esto es un sin vivir ya que la consecuencia directa de estos ataques —y no la menos grave aunque sí muy onerosa— es que se pueda producir la interrupción de sus operaciones. Así lo afirman el 24% de las empresas encuestadas en nuestro país afectadas tras un ciberataque que tuvieron interrumpir operaciones (25% en el global).

“Para una producción industrial es más comprometido recibir un ataque que una base de datos, porque suelen estar menos preparadas para recuperarse que un sistema TI que tienen sus backups de datos al día. Lo normal es que muy pocas suelen tener una cadena de producción paralela, y en muchos casos el parón afecta al corazón de la empresa”, afirma Sarrias. “Esto quiere decir que un ataque de ransomware que entre en un sistema industrial es más susceptible de que la gente esté dispuesta a hacer cualquier cosa: paga el rescate”.

La relevancia de la IA en los entornos OT

Existen muchas dudas sobre la capacidad transformadora de tecnologías como la IA, y sólo la mitad de las empresas de nuestro país (47%) considera que su empleo en soluciones de seguridad para tecnología operativa contribuirá a resolver la brecha de habilidades en este sector. Además, el 55% piensa que gestionar la OT es demasiado compleja y los sistemas están demasiado atomizados (60% en global). “El gran reto hoy es la incorporación del OT industrial a la estrategia de ciberseguridad, sobre todo tras la llegada del IoT y la robótica, con la incorporación de telemetrías que son muy valiosas para la defensa TI. El mundo OT no puede evolucionar al margen, debe compartir e integrar estos da-



Marc Sarrias,
Country Manager de Palo Alto Networks para Iberia.

tos al sistema donde puedan ser analizados y procesados para conseguir mejores eficiencias que además permitan transformar el negocio encontrando las líneas de optimización”.

Por contra, la tesis predominante en el sector ha sido “que si algo funciona, no lo toques. Pero hay que tocar”, recalca Sarrias. “El mundo OT ha estado aislado durante muchísimo tiempo. El hecho de que ahora converjan con TI trae sus riesgos porque el perímetro se amplía. Un cuarto de los encuestados reconoce que ha tenido que interrumpir sus procesos de producción por un ciberataque. De hecho, el 72% de las incidencias se considera que han venido del entorno TI”.

Esto se agudiza con la explosión de la IA, ya que además de las amenazas externas que ya existían de intrusiones y robos, los propietarios y operadores son a su vez conscientes de las ventajas y los potenciales riesgos de las tecnologías emergentes. De hecho, siete de cada diez organizaciones (71%) temen que los ataques originados por IA en su infraestructura OT suponen, hoy en día, un problema crítico. “Y más todavía sabiendo que la IA también ha permitido reducir el tiempo desde que un atacante está en los sistemas de una entidad hasta que se exfiltran datos: concretamente de 44 días en 2021, a unas pocas horas en la actualidad”, comenta el directivo de Palo Alto.

Por contra, el 78% de ellas cree que las soluciones de seguridad basadas en este tipo de herramientas serán esenciales para detectar y detener los ataques a su infraestructura OT. Además, un 67% de las organizaciones encuestadas considera que las innovaciones en IA les harán replantearse su estrategia de ciberseguridad OT. “Al final la IA embebida en nuestra tecnología es de valiosa ayuda y ocho de cada diez empresas españolas ya piensan que la IA será crítica para su entorno, y más con la IA de precisión y la generativa que llevará a la automatización, que permitirá cerrar la brecha con TI”, comenta el director general para Iberia. “31% de las empresas han empezado a formular una estrategia de IA para OT, pero aún no en fase de implementación”.

Así, en este análisis de la situación del sector dentro de nuestras fronteras, Sarrias asegura: “Nos encontramos en un momento en el que los actores de amenazas operan a una velocidad sin precedentes, ayudados por herramientas como la IA. Por ello, es importante que las defensas de las empresas puedan evolucionar y



Jordi Botifoll, vicepresidente para el Sur de Europa y Mercados Emergentes de Palo Alto.

que cuenten con un desarrollo automatizado capaz de aprovechar todo el potencial de este tipo de tecnologías”.

Y añade: “Creemos que no hay magia en la IA sin plataformas, no podemos conseguir los mismos resultados si se utilizan servicios y herramientas que no hablen entre ellas. Por ello, desde Palo Alto Networks continuamos apostando por la automatización, la orquestación y la plataformización. Y aunque llevamos mucho tiempo integrando la IA en nuestros productos, un último lanzamiento es el nuevo módulo Identity Threat Detection and Response (ITDR) para Cortex XSIAM. Este permite a los clientes incorporar datos de identidad y comportamiento del usuario y desplegar tecnología de IA de vanguardia para detectar ataques basados en la identidad en cuestión de segundos”.

Zero Trust y alineación de los equipos

Esta convergencia entre el mundo TI y el OT es imparable, pero manifiesta aún peligrosas carencias, la principal es la falta de una alineación de estrategias y objetivos. “IT/OT no suelen ir alineados y friccionan (40%). Solo 12% dicen estar alineados y pueden conciliar los intereses a ambos lados de la ecuación”, advierte Sarrias. “Hoy siete de cada diez tienen intención de consolidar IT/OT con un mismo proveedor de ciberseguridad, y el 79% de las organizaciones en España pronostican que la seguridad OT y la seguridad TI estarán perfectamente integradas y gestionadas por las mismas soluciones a largo plazo. Proveedores como Palo Alto ya proporcionamos soluciones a ambos lados de la ecuación de forma unificada”.

La encuesta mostró esta creciente percepción de responsabilidad compartida e igualitaria

entre ambos mundos, así como un consenso de que un enfoque Zero Trust es el más correcto, estableciendo el mínimo común denominador. Estas estrategias ya son una realidad para gran parte del sector, puesto que un 66% de las empresas están familiarizadas con este término en nuestro país y un 77% cree que son adecuadas para sus equipos de TI. Mientras que sólo un 35% describe su implantación de soluciones de Zero Trust para sus entornos IT/OT, como un proceso de planificación, pero aún no de implantación.

“Se ha invertido mucho en tecnología durante muchos años y nos siguen atizando. Eso ya no es funcional ni operativo, y no está impidiendo que los malos se cuelen y se muevan a otros puntos de la organización para extraer datos. Lo recomendable es tratar todo el sistema con los mismos criterios del entorno de menor confianza”, asiente Sarrías. Aquí Botifoll puntualiza: “Todo este desarrollo de sensorización inteligente intenta gestionar principalmente un mundo físico, y que han crecido enormemente en industria, energéticas, retail, sanidad y medicina para la entrada de datos, que es un mundo virtualizado. Otro escenario lo constituye la securización física de los CCTV. Pero la dificultad estriba en entender que aplicar la tesis de que nada es fiable no es igual de equiparable para un entorno digitalizado que para uno físico y los efectos pueden ser más críticos”. No es lo mismo denegar una credencial para entrar en un sistema, que parar una máquina porque el sensor ha dado un falso positivo.

El estudio de Palo Alto también revela que la complejidad de las soluciones (55%) y la

falta de personal cualificado (47%) son otros de los retos que experimentan las empresas españolas a la hora de comprar o desplegar una solución de ciberseguridad OT. “Si ya es difícil en los entornos TI, hablar de talento en OT es todavía más escaso”, apunta Sarrías. “A ello hay que sumar la creciente presión regulatoria y la necesidad de cumplir con requisitos normativos cada vez más exigentes (33%). El paso de NIS a NIS2 ha ampliado los sectores afectados por el entorno normativo, pero a cambio los Consejos de Administración, que se mueven en un mundo relacional que enseguida se alarman cuando le toca

«Un obstáculo es la atomización que genera riesgos crecientes en la integración de herramientas que aprovechan los malos, además de sobrecostes que podrían ahorrarse. Palo Alto lleva unos años desplegando su estrategia de plataforma, un concepto que permite simplificar y reducir costes a la vez que se aumenta el rendimiento» (Jordi Botifoll, Palo Alto)

a alguien cercano o de la competencia, se están poniendo las pilas”.

Atacantes, sectores e impacto

De aquel 78% de empresas españolas que reconocen haber sufrido alguno ciberataque en su entorno de OT, el 61% afirma que este se ha originado en TI. Recientemente la Unit 42 descubrió que LockBit 3.0 fue el grupo que en el año 2023 más ciberataques perpetró en España (23%). Sectores como la tecnología, la manufacturación o la industria del retail fueron algunos de los más afectados por el ransomware el pasado año. Entre otros ataques que más temen las empresas españolas, además del ransomware que para el 69% es la mayor amenaza para su organización, se encuentran el phishing (27%), el malware en general (23%) y los ataques DoS (20%).

“El panorama de amenazas es real, son ataques que los hackers pueden rentabilizar de forma inmediata. Antes podían estar promovidos por atacantes estado-nación y ser más dirigidos, ahora se hacen de manera indiscriminada a gran escala por corporaciones del crimen (68% de ataques en el último año)”, menciona Sarrías. A la hora de evaluar las consecuencias de estos, el 46% cree que el robo de propiedad intelectual ante un incidente o brecha de ciberseguridad OT podría tener en su negocio y operaciones un mayor impacto. Un 52% cree que la reputación perdida repercute en la caída de los ingresos y del precio de las acciones. El 67% considera que la interrupción de la cadena de suministro o los daños a la propiedad de la empresa reciben el mayor impacto de este tipo de ataques. Por eso cree que el 69% prioritario ahora proteger también entornos OT.

Botifoll añade: “Ante un panorama de ransomware próspero y en constante crecimiento, Europa debe estar preparada, por lo que será necesario que las empresas evalúen su postura de seguridad, dentro y en torno al ciclo de desarrollo de software, elaborando un plan para implementar la seguridad en sus estrategias. Por eso, en Palo Alto Networks continuaremos trabajando para ayudar a las organizaciones a adelantarse a las amenazas dentro de un entorno macroeconómico cambiante y de incertidumbre geopolítica”.

Una mirada hacia el futuro

Más de la mitad de las empresas en nuestro país lo tienen claro, su gasto en ciberseguridad OT crecerá en los próximos dos años




(54%) según sus estimaciones. De hecho, al prever la presión regulatoria para mejorar la ciberseguridad OT en el futuro inmediato, el 76% de nuestro tejido empresarial cree que deberá pasar por el aro. A su vez, para siete de cada diez empresas (71%) la arquitectura basada en la nube será fundamental para las OT de tres a cinco años.

Al preguntar sobre aquellas tecnologías que plantea un mayor reto de ciberseguridad en los próximos dos años en nuestro país, las or-

ganizaciones consideran que los dispositivos IoT industriales (73%) serán los más difíciles, seguidos por las aplicaciones de software industrial (62%) e infraestructura de la nube (56%). La movilidad (51%) y la 5G (44%) completan este cuadro.

La variedad de tecnologías y protocolos propicia la entrada de ataques. “La aplicación de la IA a la defensa de las empresas es la dinámica que más está costando, es que no puedes hacer mucha magia si no platafor-

mizas y tienes un sistema integrado, ya que con productos aislados es difícil conseguir los objetivos. Además, para obtener datos para entrenarla de manera coordinada tienen que ser datos conocidos del sistema para responder más rápidamente”. A lo que completa el vicepresidente: “Es una carrera que nos da una ventaja tecnológica y del modelo de gestión. La IA no es solo recopilación y análisis de datos, sino ver cómo se remedia un ataque de manera automática con ML y AIGen”. 

La ayuda del canal



Palo Alto cuenta con una oferta de tres plataformas complementarias: Network Security con todo el portfolio de Strata, Prima Cloud para la nube y Cortex XSIAM como SOC. “Podemos ir al mercado a buscar ocho o diez soluciones en la nube de cuatro o cinco vendedores distintos pero con nuestra solución tienen el stack completo aportando muchos beneficios, no solo para prevenir sino para detectar y responder a incidentes de manera más rápida. El tiempo es un factor que cuenta en contra de los que defendemos antes de que sea dañina la infiltración”, señala Sarrias. Este tiempo de respuesta era en 2021 de 40 y algún día; en 2022 bajó a 30 días; 2023 a cinco días; y 2024 es ya de pocas horas.

“La nube y el puesto de trabajo híbrido hizo desaparecer el perímetro y millones de datos generados por el despliegue de sondas y telemetrías han propiciado un entorno aún mucho más complejo donde tenemos encima menos tiempo para reac-

cionar”, describe Sarrias. “Comprar más tecnología sin integrar y arrojar toda la responsabilidad al cliente para que cosa todo eso manualmente sin la orquestación ni automatización que proporciona un SIEM y un SOC es suicida. El offering integrado de Palo Alto proporciona todas las herramientas para que puedan seguir plantando cara”. A lo que apostilla Jordi Botifoll: “Nuestro SIEM localiza un incidente en milisegundos y lo soluciona de manera automatizada. La conceptualización de Palo Alto a este nivel de mejora rebajando brutalmente el tiempo a unos minutos (16 o 17 a lo sumo) cuando lo normal era tirarse cuatro meses, es impensable para otras compañías”.

Sin embargo una tecnología de la plataforma como concepto no vale para cualquiera, requiere disponer de una buena ingesta de datos para que pueda ser efectiva. “El cliente tipo es una empresa del midmarket hacia arriba, no pymes, y también parte del sector público y

Gobierno, para digitalización de los servicios públicos”, nos dice el country manager. En cualquier caso, Palo Alto cuenta con su canal para desarrollar cualquier proyecto e integración.

“Somos un fabricante 100% canal de dos tiers, nos apoyamos totalmente en nuestros partners, mayoristas e integradores. Nuestros clientes necesitan el acompañamiento de servicios que aporten valor, y es el canal que ha estado vendiendo esas tecnologías y conoce perfectamente su entorno y problemática el que hace mejor ese trabajo”, concluye Marc Sarrias. “Es cierto que requiere una transformación en el lado del cliente, porque se le ha estado vendiendo antes mucha tecnología en silos. Pero sin duda ahora el canal tiene una oportunidad de negocio al traer un beneficio tan grande. No es una venta sola de tecnología, sino que suele venir acompañada de muchos servicios alrededor”.

Como cada año, Ignite on Tour mostró en este aspecto cómo las soluciones de Palo Alto son capaces de ayudar a las organizaciones a responder ante las principales tendencias y retos del sector. En esta edición se expusieron problemas de SecOps, estrategias para migrar a la nube e implementarla con facilidad; además de las medidas necesarias para defender las redes móviles y dispositivos IoT de las empresas en pleno 2024. El evento contó con la participación de destacados partners de su canal, como Telefónica Tech, Axians, TRC, Seidor, Deloitte o Accenture que completaron una jornada llena de inspiración.



RENOVADOS Y LISTOS

EL FUTURO DE LOS SMARTPHONES SOSTENIBLES



SUMINISTRADORA
DE COMPONENTES
ELECTRÓNICOS, S.L.

XIAOMI 14 ULTRA

LA CIMA DE LA INNOVACION



SUMINISTRADORA
DE COMPONENTES
ELECTRÓNICOS, S.L.

Jordi García (Kingston): «El coste de actualización en comparación con la compra de un equipo nuevo, merece la pena»

Con 20 años de vida laboral en la compañía Kingston, y otros cuatro años previos en el mayorista Ingram Micro, Jordi García se las sabe todas en el campo de los componentes, desde aquellas primeras memorias USB de 32 MB a 8.000 pesetas que eran todo un lujo pero también un cambio de paradigma en el modo almacenamiento y movilidad del dato.

HOY SE ha multiplicado por mil la capacidad, mientras que el precio por unidad sigue siendo similar al cambio o incluso menor. Pero no todas las cosas han evolucionado en la misma dirección. Hoy tenemos equipos más potentes, sin duda, pero cuyo plazo de reposición se acorta debido a la velocidad a la que corre la tecnología. Y en frente aparece otra corriente que aboga por todo lo contrario, como es la economía circular y el alargamiento de los ciclos de vida, que tiene a la obsolescencia programada como anatema. Un tema que da mucho de sí, y que en esta ocasión abordamos a través de un veterano fabricante como Kingston que todavía se mantiene en liza en su pequeño gran nicho de las memorias Flash.

¿Cuáles son las ventajas de actualizar componentes?

Cuando hay una necesidad de reemplazar los dispositivos, lo primero que hay que tener en cuenta es que la mayoría de los ordenadores hoy en día cuentan con interfaces simples que facilitan la búsqueda y reemplazo de piezas importantes. Y además puede hacerse tanto en ordenadores como en móviles, todos tienen la oportunidad de mejorar sus componentes.

Este estándar permite a los compiladores construir todos los dispositivos que cumplan con los requisitos. Sin embargo, el rápido desarrollo de la tecnología significa que las necesidades de los usuarios aumentan constantemente. Si eres músico, desarrollador, editor o profesional editorial, buscas un software que se adapte a tus necesidades.

Como resultado, la actualización de sus diferentes partes está adquiriendo cierta fama, sobre todo, por el ahorro que supo-

ne elegir la opción de optimizar y ampliar la utilidad del dispositivo. Su coste en comparación con la compra de uno nuevo, en la mayoría de las ocasiones merece la pena. Además, de esta forma, se suma un plus para el consumidor que es el de su contribución al medio ambiente, ya que de esta manera, los dispositivos duran más tiempo ahorrando en materia prima y reduciendo la contaminación que supone la fabricación y transporte de uno nuevo.

¿Existen estrategias efectivas para contrarrestar la obsolescencia programada y prolongar la vida útil de los productos electrónicos? Si es así, ¿cuáles serían?

Todos sabemos que los productos tecnológicos cada vez duran menos, los primeros

móviles, por ejemplo, eran mucho más resistentes que los de hoy en día y su batería era mucho más duradera. Como comentaba al final de la pregunta anterior, la obsolescencia programada es uno de los aspectos que afecta notablemente al mantenimiento de los productos digitales. Aun así hay varias formas en las que se puede retrasar y combatir. Lo primero, es que cualquier usuario antes de pensar en reemplazar un dispositivo cuando se estropee o se rompa, contemple la opción de arreglarlo. Hay muchas opciones que pueden lograr devolverle toda su funcionalidad.

Otra medida es la de ir actualizándolos a través de la sustitución de sus componentes obsoletos, como pueden ser las memorias



landahlauts, 2013

RAM o las unidades de almacenamiento SSD, lo que permite ampliar la vida útil y mejorar prestaciones a la vez que ofrecer un ahorro al bolsillo. Es importante cuidar el equipo con mantenimiento y servicio regular para evitar el desgaste. En el momento de limpiar el polvo acumulado hacerlo con cuidado, pues puede causar problemas en componentes importantes como toques y dobleces de dispositivos pequeños como tarjetas SD.

Se deben utilizar de manera responsable los componentes para evitar el uso excesivo o inadecuado que pueda dañarlos. Para ello, debemos dejar atrás antiguas malas prácticas como la de dejar encendido el ordenador de manera constante. Es importante apagar su computadora cuando no esté en uso para evitar el sobrecalentamiento. Por otra parte, es recomendable tratar de no caer en las trampas de consumismo impuestas por los productos de menor calidad y precio que, si bien pueden resultar atractivos en un primer momento, ofrecen un rendimiento y tiempo de vida mucho menores que los de sus productos homónimos de marcas confiables.

A la hora de comprar un ordenador, una de las principales preocupaciones de los usuarios es su durabilidad y son muchas las especulaciones en este tema: ¿cuánto tiempo puede esperarse realmente que funcione correctamente hoy en día?

Sí, realmente son muchas las opiniones que circulan sobre este aspecto concreto de los dispositivos, pero de forma general, hay que hacer una diferenciación entre ordenador de escritorio que alcanza una durabilidad aproximada de cinco años, pero cuando ponemos el foco en los portátiles la vida útil se rebaja a tres años. Esto se debe a diferentes variables, como su calidad y sus componentes, el mantenimiento que se



Jordi García, Iberia Team leader de Kingston.

le dé o cuánto se use. Aunque es cierto que hay otros aspectos que pueden influir significativamente, no tanto en su durabilidad, sino más concretamente en su utilidad para el día a día.

A pesar de los avances tecnológicos que aceleran el proceso de obsolescencia, es relevante destacar que es posible alargar notablemente la vida de un ordenador cambiando ciertos componentes cuando estén desactualizados o agotados. Es un proceso parecido al de las actualizaciones de los diferentes programas informáticos o apps: al igual que estas actualizaciones son necesarias para que continúen funcionando adecuadamente con el paso del tiempo, las piezas de los dispositivos también lo necesitan.


Por ejemplo, aunque estamos presenciando la introducción de nuevas placas base y procesadores diseñados para el estándar DDR5 de memorias RAM, las unidades DDR4 aún ofrecen un rendimiento significa-

tivo. Aunque sus capacidades y velocidades estén por debajo de los estándares de la nueva generación, estas memorias seguirán proporcionando un rendimiento medio-alto en los próximos años, satisfaciendo los requisitos de la generación actual de juegos y software.

¿Y desde Kingston de qué forma tratáis este tema?

Lo primero a resaltar es que la obsolescencia programada no tiene cabida en nuestros productos. De hecho, nuestro compromiso de fabricar productos tecnológicos de primera calidad y durabilidad y que así los usuarios puedan disfrutar de sus sistemas actuales durante un extenso período.

Adicionalmente, como parte de nuestra estrategia para abordar la problemática general asociada con la obsolescencia programada, en Kingston brindamos a todos nuestros clientes la oportunidad de mejorar el rendimiento de sus dispositivos existentes mediante actualizaciones de memoria y almacenamiento. Esta práctica no solo evita la necesidad de reemplazar dispositivos completos, sino que también contribuye significativamente a prolongar su vida útil.

Este prisma no solo beneficia a los usuarios, sino que también respalda nuestros esfuerzos para reducir el impacto ambiental de todos nuestros productos. Establecemos altos estándares y utilizamos materiales de alta calidad, al mismo tiempo que promovemos medidas como la construcción de unidades energéticamente eficientes y la adopción de prácticas de reciclaje. 

«Al igual que las actualizaciones de software son necesarias para que continúen funcionando adecuadamente, las piezas de los dispositivos también lo necesitan con el paso del tiempo» (Jordi García, Kingston)

Revitaliza tu antiguo ordenador



A menudo, la gente se deshace de los ordenadores que ya no funcionan y que podrían revitalizar realizando una pequeña inversión para sustituir algunas piezas. Los ordenadores antiguos, especialmente cuando se le realizan actualizaciones estratégicas, pueden ser eficaces para actividades de baja intensidad, como navegar por internet, procesar documentos de texto, presentaciones o correos electrónicos. También pueden ser útiles como equipos de respaldo en el caso de que falle el ordenador principal. Los ordenadores renovados o revitalizados también pueden ser beneficiosos para las familias con hijos pequeños o personas mayores que necesiten un sistema para consultar el correo electrónico o hacer las tareas del colegio.

Las piezas móviles de los ordenadores son las más propensas a las averías. Los ventiladores y las unidades de disco duro (HDD) suelen ser los primeros en fallar. Las baterías (como las de los portátiles) son otro peligro, dado que pueden romperse tanto a nivel químico como físico con el paso del tiempo.

Sustituir una placa base al completo puede ser prohibitivamente complejo y caro, y es que la necesidad de nuevos componentes hace que resulte más rentable comprar un nuevo PC.

Los procesadores no suelen representar problemas para las actividades informáticas básicas y, en función del tiempo que tenga el PC, podría no resultar muy práctico cambiarlos por otros más modernos, dado que las placas base solo son compatibles con determinadas generaciones de CPU que podrían no estar ya disponibles.

No obstante, actualizar la RAM supone una forma demostrada, sencilla y relativamente barata de aumentar el rendimiento de un antiguo PC o portátil. La tecnología RAM heredada suele mantenerse disponible durante más tiempo que componentes como los procesadores.

Dado que los discos duros a menudo son los primeros componentes en fallar en el caso de los ordenadores antiguos, la opción de sustituir el disco duro del sistema por un SSD puede ser una opción para quienes quieran mejorar el rendimiento de un equipo viejo.

No obstante, si te decides no actualizar ni ampliar las opciones de almacenamiento del ordenador, es buena idea que liberes aproximadamente 20 GB del espacio para permitir que el sistema funcione correctamente. Si tienes archivos fundamentales que te gustaría conservar, hazles una copia de seguridad o míralos a una memoria USB o unidad externa antes de hacer el formateo o de sustituir el almacenamiento.

También deberías deshacerte de las aplicaciones no deseadas que podrían aparecer durante el arranque y que no son necesarias para el uso general del sistema. Este tipo de aplicaciones pueden ralentizar significativamente el equipo, especialmente si se trata de un hardware obsoleto y deficiente. Cualquier aplicación que no se va a usar o que apenas se le vaya a dar uso puede eliminarse del sistema. Siempre es buena idea vaciar luego la papelera.

Para mayor seguridad y eficacia, es prudente actualizar el sistema operativo de tu

antiguo ordenador como una fase más del proceso de revitalización. Descarga parches para Windows y macOS de las páginas web de Microsoft y Apple. Los sistemas que ya cuenten con Windows 10 son fáciles de modernizar, siempre y cuando no presenten problemas graves de hardware.

La mejor forma de actualizar un ordenador obsoleto es volver a instalar Windows al completo, de forma que la nueva instalación esté completamente al día en cuanto a actualizaciones de controladores y protección frente a malware. Esto evita algunos problemas con respecto a hacerlo de manera manual.

Si el ordenador va destinado a un estudiante, instalar ChromeOS puede ser una buena opción. En muchos colegios se suelen usar Chromebooks, y ChromeOS Flex ofrece ciertas ventajas con respecto a Windows y macOS en el caso de los ordenadores antiguos. Es mucho más intuitivo y similar al Android de los smartphones.

Pero ten en cuenta que si el uso de ordenadores revitalizados va a ser para actividades de alta intensidad, incluso con estas mejoras le puede seguir resultando difícil a un sistema realizar tareas como la edición de vídeos e imágenes, los videojuegos y el diseño CAD. No obstante, actualizar la RAM puede hacer que jugar a los videojuegos sea aún más viable. Pero no trates de jugar a los títulos más recientes, suelen requerir los últimos procesadores y tarjetas gráficas para funcionar correctamente.

Actualizar a una RAM de 16 GB, 32 GB o incluso de 64 GB y a un SSD de 1 TB puede ampliar la vida útil de tu equipo. Estas son algunas de las actividades que puedes hacer con un ordenador antiguo: navegar por internet, gestionar el correo electrónico, ver vídeos o hacer tareas de oficina o del colegio. Todas ellas se pueden lograr fácilmente con estas dos mejoras y una actualización del sistema operativo. ¿Cuántos ordenadores tenéis en casa que podrían volver a ponerse en uso tras una pequeña inversión de tiempo y dinero?

#KingstonIsWithYou

El cuidado de las comunicaciones en el sector hotelero y alojamientos

Tanto en hoteles, albergues, residencias u otro tipo de alojamientos, las comunicaciones siguen siendo claves. Actualmente la comunicación IP trasciende a la voz y abarca otros canales debido a la convergencia entre la informática y la telefonía, sin olvidar las ventajas que aporta tanto para huéspedes como para el personal del hotel.



Cualquier negocio, y el sector hotelero no es excepción, debe simplificar y mejorar las comunicaciones internas y externas, ofrecer una gran calidad de audio y voz y una mejor conectividad. Sin embargo, no todos los terminales IP son iguales ni cubren las necesidades específicas que cada establecimiento busca.

En este contexto, es necesario confiar en un proveedor que cuente con una amplia oferta, que sea a prueba de futuro y que integre todos los mecanismos de seguridad, robustez y calidad, además de satisfacer cuestiones tales como movilidad y versatilidad.

Terminales Snom: adaptados para cada necesidad

Snom ofrece una amplia gama de terminales que se adaptan a los requisitos de cada establecimiento; desde sencillos dispositivos funcionales hasta aquellos más complejos con diversas funcionalidades, tanto para recepción como para habitaciones y zonas comunes.

Aunque Snom cuenta desde hace años con teléfonos IP con un sofisticado diseño personalizado para hoteles de lujo, no todos los establecimientos de este sector requieren incluir amplias funciones, pero sí necesitan características como la facilidad de limpieza de los terminales, personalización y un diseño sencillo. Además

de ello, estos establecimientos deben cumplir con la protección de datos, impidiendo, por ejemplo, que la lista de llamadas del huésped anterior pueda ser recuperada por terceros.

Innovación, comodidad y exquisito diseño

De este modo, y dada la demanda específica de terminales que mejoren las comunicaciones de cada tipo de establecimiento del sector hotelero, (desde hoteles, hostales, albergues juveniles o residencias de mayores), Snom ha desarrollado una nueva gama de dispositivos: **Las series HD y HM**, que cuentan con la alta calidad de audio de Snom y una garantía de tres años:

- **Integrables en cualquier entorno.** Los modelos **HD100** y **HD101**, permiten que las llamadas y los mensajes en espera también



se muestren visualmente. Con alimentación a través de PoE, no es necesaria una conexión de alimentación. Señalar que el modelo HD101 es un moderno terminal DECT sobre IP con un microteléfono inalámbrico para la máxima libertad de movimiento estando la base DECT integrada, lo que ofrece un alcance de señal de hasta 50 m y admite hasta tres copias del microteléfono DECT Snom HD1.

- **Versatilidad.** Los modelos **HD350W** y **HD351W** son modernos teléfonos de sobremesa Wi-Fi con un panel de control y teclado de funciones sencillo de manejar y con un diseño actual. Ambos terminales ofrecen todas las funcionalidades de los modelos básicos mencionados anteriormente, incluida la opción de funcionamiento a través de PoE. El HD351W también cuenta con una estación base DECT integrada, lo que significa un teléfono inalámbrico y soporte para cinco teléfonos Snom HD3 adicionales.
- **Movilidad.** Los terminales **HM201** y el **HM2**, una solución completa y sencilla compuesta por una estación base DECT para hasta cuatro teléfonos de huésped (dormitorio, antesala, salón y baño, por ejemplo) con tecnología inalámbrica DECT-sobre-IP, permitiendo la máxima libertad de movimiento. Incluye personalización del logo del hotel en la propia pantalla.

Además, ambas series: HD y HM de Snom para el sector hotelero, ofrecen un diseño elegante y cuentan con superficie antibacteriana, teclas de marcación rápida (recepción, despertador, etc.), manos libres, función de silencio y posibilidad de poner llamadas en espera. En definitiva, se trata de un muy atractivo y funcional accesorio de comunicación para las habitaciones de cualquier hotel o alojamiento.

SNOM

www.snom.com

Sage celebra la segunda edición de los Sage Iberia Partner Awards

En un evento que este año tocaba organizarlo en Lisboa, Sage ha reconocido a los partners más sobresalientes de su ecosistema en la región Iberia. Los partners galardonados han destacado en diferentes campos, como el compromiso en el portfolio de la compañía, la innovación en el despliegue de su estrategia de negocio, la sostenibilidad o la creación de redes de colaboración con los clientes a la hora de acompañarlos en su proceso de transformación.



DURANTE LA jornada, que ha contado con la presencia de partners y clientes de Sage en la región, Juha Harkonen, VP Partner Ecosystem & Marketplace Strategy de Sage, ha presentado la visión global y la estrategia de la compañía para el FY24 para el ecosistema mundial de partners. “Nuestra ambición es ayudar a la amplia red de partners con los que trabajamos a hacer crecer sus negocios con facilidad, confianza y un enfoque flexible que les permita ofrecer experiencias excepcionales a sus clientes. Para ello, apostamos firmemente por ofrecerles una colaboración sin fisuras, evolucionando nuestras soluciones para satisfacer las necesidades del sector y capacitándoles para que marquen la diferencia. Estos premios demuestran que nuestros partners son pioneros en sus campos y, para nosotros, su éxito es una prioridad”, llegó a afirmar el vicepresidente.

La reunión también fue la ocasión para presentar al recién nombrado Partners & Ecosystem Director Iberia, Hugo Oliveira, que ofreció a los presentes una aproximación al mercado de la región de Iberia que ha cumplido su

primer año fiscal unificado. “Queremos agradecer a todos nuestros partners el esfuerzo y los excelentes resultados obtenidos al trabajar con nosotros, ya que son ellos, con su capacidad de diferenciación y verticalización, los más cercanos a las pymes. Los cerca de mil socios de alto valor añadido con los que trabajamos en la Península Ibérica hacen que nuestro ecosistema esté creciendo a doble dígito y ya es responsable de más del 65% de los nuevos negocios generados por Sage en la región, algo de lo que no podríamos estar más orgullosos”.

Ambos directivos participaron a su vez en una mesa redonda, junto con Sippora Ven, Head of Partner Marketing de Sage, y Pedro Magalhães, representante de la Cámara de Comercio de Portugal (CCIP). En el debate se trataron temas como la evolución de los partners hacia modelos de negocio cloud frente a la oferta de soluciones tradicionales, así como las ventajas que puede suponer la introducción de éstas y otras tecnologías como la IA para partners y pymes.

Relación de premiados

- *Partner Ecosystem Evangelist*: 1PCSNet, por ser un embajador de Sage realmente activo promocionando los productos, clientes y ecosistema de Sage.
- *Sustainable Business Model*: Grupo Solitium, por tener un modelo de negocio sostenible con Sage que integra a varios partners en una ambiciosa estrategia de crecimiento continuo.
- *Internationalization*: WidePartner y Alive, por ser los dos primeros partners en tener la visión de invertir en ambas regiones de Iberia y abrir el camino para que otros vengan y construyan un verdadero ecosistema de partners en la región Iberia.
- *Innovation & Market Disruption*: ForceManager CRM, como el Tech Partner que más impacto ha tenido en los clientes de Sage 50 integrando una innovadora solución CRM en la nube.
- *Industry & Integration Experience*: Aelis, por su éxito en la digitalización de los procesos empresariales y por la adopción de los mismos en soluciones verticales de múltiples sectores industriales.
- *Partner Revelation of the Year*: It.poweron, un partner con sede en Lisboa muy alineado con la estrategia de Sage y con resultados sorprendentes en FY23: 66% de crecimiento BCA, 13% más de clientes en general, y además ha generado muchas oportunidades para Sage X3 sin ser un integrador X3, reinventándose positivamente colaborando con la transformación del canal.
- *Partner of the Year*: Brighten, por presentar el mayor crecimiento en el ejercicio 2023 y dar ejemplo de cómo un socio de Sage debe esforzarse por alcanzar la excelencia.

Añadir que en la antesala de estos premios de todo el medallero del ecosistema de Sage se otorgaron a inicios de año los Sage Partner Platinum Club para destacar

los socios Platino en la península ibérica que registraron los mejores resultados en ventas, innovación y colaboración con la marca: Sistemas d'Organització (en España) y Xplor IT (en Portugal).

Sage incorpora la IA para ventas

Sage ha dado un nuevo paso significativo en su colaboración con ForceManager, tech partner con una solución CRM para equipos de ventas en movilidad, con la incorporación de la Inteligencia Artificial para Ventas de ForceManager en Sage 200, a través de un nuevo módulo CRM nativo.

Esta integración, eficiente y simplificada, convierte lo que antes requería meses de trabajo y grandes inversiones, en un proceso que ahora es posible solo en minutos. Como resultado, los vendedores y directores comerciales tienen a su alcance una herramienta poderosa que acelera las ventas y se integra perfectamente con los datos existentes de su ERP. Este desarrollo representa un paso más en la alianza estratégica iniciada anteriormente con las integraciones nativas con Sage 50, llevando la reciprocidad entre ambas plataformas a un nivel superior.

“Este acuerdo es un ejemplo claro de como el ecosistema de Sage sigue creciendo con la incorporación de compañías de alta capacidad de innovación, que comparten una misma filosofía con Sage: ayudar a derribar las barreras que impiden a las empresas y despachos profesionales crecer y ser más eficientes”, comenta José Luis Martín Zabala, Managing Director de Sage Iberia.

Diseñada para transformar radicalmente el enfoque comercial, esta integración utiliza la IA para proporcionar un análisis detallado y profundo de los datos, ofreciendo insights cruciales para la toma de decisiones estratégicas, la consecución de objetivos y la mejora continua de los procesos de venta. Ahora, los usuarios pueden obtener una visión completa del estado de sus clientes en segundos, gracias a una interfaz de usuario intuitiva y conversacional, similar a la de ChatGPT.

La nueva herramienta es capaz de generar borradores de respuesta para clientes, resúmenes ejecutivos y cronológicos de actividades e interacciones, planificar actividades con eficacia y agilizar el reporte de visitas, utilizando comandos de voz desde movilidad. La misma integración nativa con los datos de Sage 200 maximiza las sinergias, ofreciendo a los usua-



rios datos clave sobre productos más vendidos, ofertas relacionadas, facturación y ventas, incluso generando gráficos interactivos, desde cualquier lugar.

Esta fusión completa de ERP y CRM —además de integrar la IA para Ventas— proporciona una visión completa del negocio, abarcando tanto los aspectos financieros históricos como las proyecciones futuras basadas en la información de ventas. Sincroniza de forma automática y eficiente toda la información relevante de Sage 200 asegurando que la información crítica relacionada con ventas, clientes, facturación y productos se mantenga actualizada en tiempo real entre ambos sistemas, y minimizando los posibles errores de gestión con la información relevante actualizada.


Por su parte, Óscar Macià, CEO de ForceManager, destaca la importancia de esta colaboración: “Estamos encantados de fortalecer nuestra alianza con Sage. Esta integración es un claro ejemplo de cómo la Inteligencia Artificial puede potenciar las capacidades comerciales y llevar a las empresas —en específico en España— a nuevas alturas de eficiencia y éxito. Este paso también marca un hito importante

*«Apostamos por ofrecerles una colaboración sin fisuras, evolucionando nuestras soluciones para satisfacer las necesidades del sector y capacitándoles para que marquen la diferencia»
(Juha Harkonen, Sage)*

para el desarrollo de la inteligencia artificial en nuestro sector. Nuestra IA Dana ahora no solo tiene acceso a la información comercial, sino que también puede integrar datos de contabilidad, ofreciendo una visión completa y detallada del negocio. Esto representa un cambio de paradigma para los empresarios, que ahora pueden gestionar sus empresas con una perspectiva mucho más amplia”.

Viajantes de comercio

La alianza estratégica entre Sage y ForceManager trae consigo un beneficio adicional crucial: proporciona a los equipos de ventas la agilidad y potencia de Sage 200 al ámbito de la movilidad, permitiendo la creación y validación automática de ofertas en movilidad a través de ForceManager CRM. De esta forma, los equipos de ventas no solo disfrutaban de las capacidades integrales de Sage 200 sino que también se benefician de la flexibilidad y accesibilidad que proporciona ForceManager, facilitando un manejo dinámico y eficiente de las operaciones comerciales en cualquier lugar y momento.

Además, la funcionalidad de ForceManager para Sage 200 ofrece a los directivos no solo herramientas avanzadas para incrementar la visibilidad y actividad de sus equipos comerciales, sino también realizar un seguimiento efectivo de los objetivos de ventas. Los dashboards intuitivos y las analíticas integradas permiten a los directores comerciales tomar decisiones estratégicas más acertadas, basadas en datos en tiempo real. Con la capacidad de crear, gestionar y monitorizar campañas de ventas específicas y ajustar estrategias comerciales de forma dinámica, este nuevo módulo CRM nativo se convierte en un aliado estratégico crucial, mejorando así la gestión y el rendimiento de los equipos comerciales en un entorno cada vez más móvil y conectado. 

El nuevo copiloto de Sage

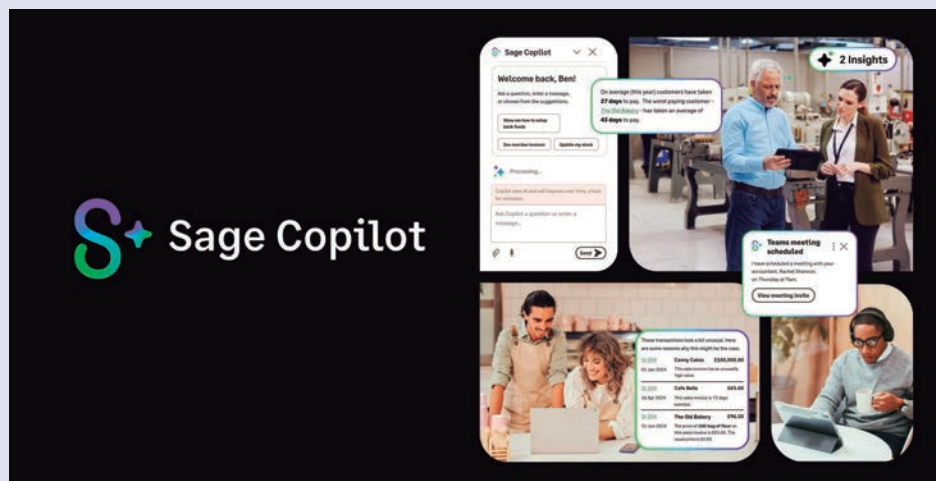
A finales de febrero Sage hacía la presentación de su nuevo asistente de productividad impulsado por IA generativa, Sage Copilot, que revolucionará los procesos de contabilidad, finanzas y gestión de equipos. Aún en fase beta, el copiloto de Sage va a permitir automatizar las tareas más rutinarias, ofreciendo información clave para el crecimiento y permitiendo a los clientes tomar decisiones empresariales más inteligentes y eficaces.

Para los propietarios de pequeñas empresas, directores financieros, contables y responsables de RRHH, Sage Copilot actuará como un miembro de confianza de su equipo, gestionando las tareas administrativas y repetitivas en “tiempo real”, a la vez que recomienda formas de ahorrar e impulsar mejoras empresariales. Liberará más tiempo y espacio para que los clientes se centren en hacer crecer y escalar sus negocios.

El asistente, basado en GenAI, automatiza los flujos de trabajo, identifica errores y genera información práctica exclusiva para cada negocio y práctica contable. Sage Copilot ayuda con las previsiones, la gestión del flujo de caja y la generación y envío de facturas con sencillos comandos de lenguaje natural. Ofrece confianza a los usuarios ya que en el desarrollo de Sage Copilot se ha priorizado en todo momento la precisión, la seguridad, la asistencia de expertos y la confianza, con un robusto cifrado, controles de acceso y cumplimiento de las normativas y las regulaciones de protección de datos.

Steve Hare, CEO de Sage, afirmó que “Sage Copilot revoluciona la productividad de las pymes y de los contables al trasladar Inteligencia Artificial fiable al centro de sus operaciones, automatizando tareas y proporcionando información para impulsar el crecimiento y la eficiencia. No es sólo una función de IA; es un compromiso para construir un futuro en el que las empresas puedan centrarse en sus objetivos, con el apoyo de la IA de Sage en la que pueden confiar”.

Las pymes de todo el mundo citan el flujo de caja y el cobro como sus principales prioridades. Sage Copilot proporcionará a los usuarios opciones proactivas para mejorar el flujo de caja, incluyendo sugerencias



para acelerar los pagos de los clientes, mejorar el capital activo y apoyar decisiones financieras más inteligentes.

Características destacables

- **Comprensión inteligente:** Utiliza el lenguaje natural para interpretar los comandos de forma conversacional, personalizando las respuestas a la situación específica de cada usuario para una experiencia más adaptada.
- **Gestión y automatización de tareas:** Simplifica la organización de tareas con listas personalizadas, priorizándolas en función de la urgencia y automatizando las tareas repetitivas, ahorrando tiempo y esfuerzo.
- **Comunicación y colaboración:** Ayuda a preparar y enviar mensajes con el tono y en el momento adecuados, enviando facturas personalizadas a los clientes o recordatorios a los empleados en segundos en lugar de horas.
- **Análisis de datos, informes y perspectivas:** Proporciona perspectivas e informes personalizados para apoyar la toma de decisiones, incluyendo un rápido análisis del flujo de caja y recomendaciones para mejoras financieras.
- **Integración con otras aplicaciones:** Se integra con otras aplicaciones y servicios, como Microsoft Office, creando un flujo de trabajo continuo para los usuarios. Envía facturas por correo electrónico sin tener que salir de la ventana en la que te encuentras.
- **Recomendaciones personalizadas:** Al aprender de las interacciones y prefe-

rencias del usuario, Sage Copilot ofrece consejos para ayudar a mejorar el presupuesto y la planificación financiera y ofrecer mejores resultados financieros.

Disponibilidad

Sage Copilot estará disponible en el Reino Unido a finales de 2024 como parte de las suites Sage for Small Business y Sage for Accountants. La disponibilidad para otras suites de productos y mercados se anunciará más adelante.

Para los contables, Sage Copilot revolucionará la colaboración y la comunicación con los clientes. Al automatizar el proceso de recopilación y agregación de datos, reducirá significativamente el tiempo y el esfuerzo dedicados a estas tareas manuales, al tiempo que minimizará los errores que puedan producirse.

Caroline Armstrong, directora de Infinitas Accountants, valoró su acceso a la demo: “He visto lo que Sage ha estado construyendo y es emocionante saber que no sólo serán las pymes las que podrán avanzar en sus negocios con Sage Copilot. El uso de Sage Copilot elevará aún más mi papel como socio estratégico, permitiéndome a mí y a nuestra empresa apoyar el éxito financiero de nuestros clientes con mayor precisión y confianza”.

Enfoque de innovación

Después de que en los últimos meses las empresas se hayan apresurado a implantar y utilizar la IA generativa, se está entrando en un momento de reflexión so-

bre la mejor manera de encajar la IA y sus innumerables usos en las estrategias empresariales en evolución. Para Sage, la confianza en la IA va a ser una clave emergente y de especial interés para las pymes que buscan ahora adoptar la tecnología en el corazón de sus negocios.

El enfoque tecnológico e innovador de Sage pasa por permitir que las pymes y

los contables tengan aún más impacto en sus organizaciones, haciendo que la contabilidad deje de ser una profesión limitada por ciclos, a una que añada valor estratégico continuo.

Sage Copilot se ha diseñado teniendo muy presentes las necesidades del usuario final. Infundir confianza en la IA para los contables requiere un enfoque respon-

sable y humilde del desarrollo de la IA, trabajando en colaboración con los clientes durante todo el proceso. “De este modo, nos aseguramos de que confíen no sólo en la tecnología que utilizan, sino también en la empresa que hay detrás. Sage seguirá desarrollando productos de IA con un ritmo y momento adecuados, que permitan garantizar una inversión en IA que mantenga el equilibrio entre innovación y garantía”.

Visión 2024: innovación e integración para un canal sostenible

El año fiscal 2023 fue fantástico para Sage Iberia y Sage a escala mundial. Crecimos a doble dígito (en facturación y beneficio) en los principales indicadores utilizados en el sector. El mercado está creciendo a gran velocidad y Sage pretende hacerlo a una velocidad aún mayor. Este objetivo es fundamental para seguir siendo competitivos y relevantes, ya que es la única forma de poder seguir invirtiendo en el negocio. Por otro lado, la digitalización de la economía ha demostrado ser resistente en nuestros países, lo que también es un indicador extremadamente favorable para nuestra estrategia.

Nuevo equipo de Partners & Ecosystem

Comenzamos el año fiscal 2024 con una integración ibérica, un nuevo equipo de Partners & Ecosystem y una forma más estratégica de gestionar nuestro ecosistema, alineada con la estrategia global de Sage. Al ser el canal el corazón de nuestro negocio, esta nueva organización tiene como objetivo crear y liderar la estrategia para este desarrollo, alineando a los partners con ella. Creemos que estos cambios inculcarán un nuevo modelo operativo que elevará la experiencia de los partners, conducirá a una cultura sostenible de alto rendimiento y nos permitirá escalar y crecer al ritmo deseado.

Para ello debemos asegurarnos de que nuestros partners sigan el Programa de Canal y que tengan una visión a medio y largo plazo de su relación con Sage; que contratemos a los Partners y Tech Partners correctos y necesarios para ganar mercado; que hayamos establecido las alianzas adecuadas para apalancar nuestra posi-

ción como líderes en software de gestión; y, finalmente, que garanticemos que la comunicación y el soporte a nuestros partners sean los mejores de su clase.

La importancia del Programa del Canal

El Partner Program de Sage desempeña un papel clave a la hora de ayudar a los partners a tener las herramientas adecuadas para impulsar el crecimiento y la prosperidad de sus ventas. Los comentarios que recibo son que nuestros partners tienen productos, Go-To-Market, Brand y Marketing. El Programa de Canal también tiene la ventaja de unir a todo el canal en torno a procesos de negocio que aportan transparencia, coherencia y alineación estratégica, y que brindan herramientas que permiten el desarrollo y crecimiento de nuestros partners. En resumen, el Programa Sage Channel aporta a estos: más oportunidades de negocio, mayor eficiencia en las acciones de

marketing, más ventaja competitiva, proceso de ventas más rápido, confianza, ambición de crecimiento y un compromiso mutuo.

Principales líneas estratégicas para 2024

Una vez completada la integración ibérica, esperamos alinear todo el canal de forma uniforme, lo que permitirá a nuestros partners crecer. En cuanto a la innovación del portfolio, lanzaremos nuevos productos cloud a nivel ibérico, iniciando así una nueva era, consolidando la estrategia global en la región y manteniendo el foco en los productos existentes. Esto supone un desafío adicional para el canal en términos de adaptación, y Sage apoyará a los partners en este sentido. En definitiva, tenemos estrategia, productos y un canal fuerte y cohesionado, por lo que la consigna es ejecutar.

Hugo Oliveira,
Director Partners & Ecosystem Sage Iberia



One Ecosystem. All possibilities.

Partner Tech incorpora en su catálogo todo un mundo de soluciones 360° para el Self Checkout, toda la innovación y tecnología adaptada a cada negocio.



Bora Bora

SCO del futuro, moderno, disruptivo, con holografía táctil.



Alfred

Compacto y modular, configurable según las necesidades.



Ace 2

Innovación, eficiencia y diseño personalizable.

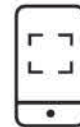
“La mejor solución de SCO es la que utilizan todos los clientes”



Self Checkout Inteligente



RFID
Lectura simultánea



Scan & Go
Bring Your Own Device



Gestión de listas de selección



Verificación de edad



Crime predictor



Dashboard
SeeYourSCO

**Un software.
Una API.
Todas las funciones.**

**Sin restricciones.
Sin terceros.
Garantía de Partner Tech.**

Un ecosistema. Infinitas posibilidades para todos los sectores

**SCO-E
SELF SERVICE
ECOSYSTEM**



One partner. All possibilities.

El futuro del universo **Self-Service** ha llegado



Partner Tech, soluciones 360°

Una empresa líder con el mayor catálogo de soluciones del mercado.
Nos ocupamos de todo para su negocio. Consultoría, personalización, instalación y mantenimiento.

Quieres saber más sobre
nuestro Ecosistema sco-E?

913 120 632
comercial@partner-tech.eu
www.partner-tech.eu

PARTNER

CARE . TRUST . RESPONSIBILITY

Proteger los entornos multicloud: ¿Complejidad u oportunidad?

La adopción de soluciones multicloud es cada vez mayor; de hecho, se estima que el 89% de las empresas ya dependen de más de un servicio en la nube. A pesar de ventajas como una mayor flexibilidad para implementar aplicaciones y cargas de trabajo, lo que mejora la eficiencia y la rentabilidad sin depender de un único proveedor; también conlleva un riesgo añadido, con una superficie de ataque ampliada, así como configuraciones complejas y el uso de infraestructuras de almacenamiento de datos.

ANALIZAMOS A continuación en qué punto se encuentran los entornos multicloud, cómo hay que protegerlos y por qué pueden suponer una oportunidad: Incluso los equipos de TI más potentes se enfrentan día a día a brechas de seguridad y de experiencia cualificada en el mundo actual del todo como servicio (XaaS).

Las amenazas son cada vez más sofisticadas y las cifras son difíciles de ignorar: el 60% de las cifras corporativas se almacenan en la nube, ocho de cada diez empresas han sufrido una violación de datos y el coste medio global de estas filtraciones asciende a 4,35 millones de dólares.

Frente a este escenario, el papel de los proveedores de servicios gestionados que pueden ayudar a las empresas a protegerse adquiere cada vez más relevancia, al igual que aquellos que pueden ayudarles a recuperarse rápidamente tras sufrir un incidente.

A la hora de implementar una estrategia multicloud, es importante considerar las siguientes amenazas y tomar medidas contra ellas:

- **Acceso no autorizado**

Vigilar las filtraciones de datos está en la parte superior de la lista para las empresas que implementan entornos multicloud. El almacenamiento en múltiples plataformas cloud aumenta la superficie de ataque y, en consecuencia, dificulta su protección. Un marco de seguridad de red Zero Trust es imprescindible, así como implementar mecanismos de gestión de acceso como la autenticación multifactor, políticas de contraseñas seguras y controles de acceso granulares.

- **Pérdida y recuperación de datos**

A pesar de la alta disponibilidad y redundancia de los proveedores cloud, la eliminación accidental, los errores de software o la pérdida de datos sigue siendo una preocupación. Realizar copias de seguridad au-



tomatizadas y distribuidas entre diferentes proveedores cloud y regiones geográficas puede mitigar el impacto de estos incidentes, así como realizar pruebas periódicas de los procesos de restauración de datos.

- **Configuración incorrecta de la nube**

La complejidad aumenta a medida que las empresas gestionan varias plataformas cloud simultáneamente. Una configuración incorrecta puede provocar una exposición involuntaria de datos confidenciales, una mayor vulnerabilidad de la red, o conceder permisos excesivos a usuarios no autorizados. Un partner experto en seguridad puede proporcionar auditorías y evaluaciones para identificar y rectificar errores, así como adoptar un enfoque proactivo contra amenazas con soluciones de seguridad diseñadas específicamente para proteger entornos multicloud.

- **Cumplimiento y requisitos normativos**

Cumplir las normativas y las leyes de protección de datos es fundamental para quien opera en entornos multicloud. Dado que las certificaciones de cumplimiento varían entre proveedores, la asesoría de un partner experto puede ayudar a comprender las obligaciones de cumplimiento e implementar controles de seguridad, cifrado y acceso adecuados.

- **Dependencia del proveedor**

Depender de la seguridad de datos de cada uno de los proveedores en un entorno multicloud puede suponer una vulnerabilidad, debido a la combinación de herramientas y protocolos distintos. Contar con una solución multicloud integral e independiente de proveedores, proporcionada por un partner especializado y que cuente con políticas claras de portabilidad de datos, puede ayudar a la empresa a migrar aplicaciones y datos fácilmente y con redundancia asegurada.

A pesar de los riesgos y complejidades de la adopción de entornos multicloud, existe también una oportunidad cada vez mayor para los socios de canal que comprenden los riesgos, el mercado y las soluciones disponibles. Desde la seguridad cloud, la red y los endpoints, hasta la gestión de identidades y accesos, así como la gestión de vulnerabilidad y la seguridad de los contenidos, los partners pueden jugar un papel fundamental en la protección contra amenazas y la supervisión de la seguridad de sus clientes, con los que construir relaciones duraderas y basadas en la confianza y el éxito compartido.

Ignacio López Monje
director regional de la división de negocio
Enterprise Computing Solutions de Arrow
para el Sur de Europa

Las implicaciones de los LLM en la ciberseguridad

La inteligencia artificial (IA) ofrece un gran potencial de automatización y ahorro de costos. Sin embargo, ¿es segura la IA? Los grandes modelos de lenguaje (LLM) están arrasando en todo el mundo. Fundada en 1997 y con sede en Montreal (Canadá), Genetec se encumbra en el lado ético de la IA. Aquí responde algunos porqués.



APENAS UNOS meses después de que OpenAI lanzara su chatbot de IA generativa, ChatGPT, superó los 100 millones de usuarios. Esto la convierte en la aplicación de consumo de más rápido crecimiento de la historia (dos meses) en llegar a esa cifra. No es de extrañarse el por qué. Los LLM pueden hacer de todo, desde responder preguntas y explicar temas complejos hasta redactar guiones de películas completos e incluso escribir códigos. Si bien la gente de todo el mundo está entusiasmada por esto, también está preocupada por las capacidades de esta tecnología de inteligencia artificial.

Aunque los LLM se han convertido recientemente en un tema de moda, vale la pena señalar que esta tecnología existe desde hace mucho tiempo. Aunque hay avances en marcha, los LLM y otras herramientas de inteligencia artificial están creando nuevas oportunidades para impulsar una mayor automatización en diversas tareas. Por eso, es esencial tener una comprensión fundamentada de las limitaciones y los riesgos potenciales de la IA.

Aclaración de la terminología

Inteligencia artificial, aprendizaje automático, aprendizaje profundo: ¿cuáles son las diferencias? ¿Y cómo encajan los grandes modelos de lenguaje?

- **Inteligencia Artificial (IA):** El concepto de simular procesos de la inteligencia humana en máquinas. En pocas palabras, machine learning y deep learning pertenecen a la categoría de inteligencia artificial.
- **Machine Learning (ML):** Inteligencia artificial que puede adaptarse automáticamente con muy poca interferencia humana.
- **Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP):** El proceso de utilizar inteligencia artificial y machine learning para comprender el lenguaje humano y realizar automáticamente tareas repetitivas como revisión ortográfica, traducciones y resúmenes.
- **Deep Learning (DL):** Se trata de un subconjunto de machine learning que utiliza redes neuronales artificiales para imitar el proceso de aprendizaje de un cerebro humano.
- **Grandes Modelos de Lenguaje (MLL):** Algoritmo de inteligencia artificial que utiliza técnicas de deep learning y se alimenta de cantidades masivas de información de Internet.

¿Cuáles son los riesgos de los MLL?

A principios de este año, Sam Altman, CEO de OpenAI, admitió deficiencias en torno a sesgos que pusieron en duda la seguridad de ChatGPT. Más recientemente, los inves-

tigadores descubrieron que impulsar grandes modelos de lenguaje con identidades como “mala persona”, o incluso ciertas figuras históricas, genera un aumento de seis veces en las respuestas tóxicas y dañinas del modelo de machine learning.

¿Son seguros los grandes modelos de lenguaje?

Ai sopesar los riesgos de los LLM, es importante considerar esto: los grandes modelos de lenguaje están entrenados para satisfacer al usuario como su primera prioridad. Los LLM también utilizan un método de entrenamiento de IA no supervisado para alimentar una gran cantidad de datos aleatorios de Internet. Esto significa que las respuestas que dan no siempre son precisas, veraces o libres de prejuicios. Todo esto se vuelve extremadamente peligroso en un contexto de seguridad.

De hecho, este método de IA no supervisado ha abierto la puerta a lo que ahora se denominan “alucinaciones de la verdad”. Esto sucede cuando un modelo de IA genera respuestas que parecen plausibles, pero que no son objetivas ni están basadas en datos del mundo real.

El uso de los LLM también puede crear graves riesgos de privacidad y confidencialidad. Este modelo puede aprender de datos que contienen información confidencial sobre personas y empresas. Dado que cada mensaje de texto se utiliza para entrenar la siguiente versión, esto significa que alguien que pregunte al LLM sobre contenidos similares podría tener acceso a esa información confidencial a través de respuestas del chatbot de IA.

Luego, están los abusos malintencionados de esta tecnología de IA. Consideremos cómo individuos malintencionados con poco o ningún conocimiento de programación podrían pedirle a un chatbot de IA que escriba un código que aproveche una vulnerabilidad conocida o solicite una lista de formas de hackear aplicaciones o protocolos específicos. Aunque estos son ejemplos hipotéticos, uno no puede evitar pregun-

tarse cómo se podrían explotar estas tecnologías de maneras que aún no podemos anticipar.

¿Cómo están evolucionando los grandes modelos de lenguaje en el espacio de la seguridad electrónica?

Ahora que los grandes modelos de lenguaje LLM están generando mucho revuelo, existe la sensación de que la IA puede hacer que todo sea posible, como por arte de magia.

Sin embargo, no todos los modelos de IA son iguales ni avanzan al mismo ritmo.

Los grandes modelos de lenguaje, de machine learning y deep learning, están generando resultados basados en probabilidades. Si analizamos específicamente y en profundidad los grandes modelos de lenguaje, su objetivo principal es proporcionar la respuesta más plausible a partir de un volumen masivo e indiscriminado de datos.

Como ya lo mencionamos, esto puede provocar desinformación o alucinaciones de IA.

En el espacio de la ciberseguridad, los algoritmos de machine learning y deep learning no dependen de la IA generativa, que puede inventar información. En cambio, los modelos de IA están diseñados para detectar patrones y clasificar datos. Dado que estos resultados todavía se basan en la probabilidad, necesitamos que los hu-

Tras el empleo de una IA responsable

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta poderosa en la automatización y eficiencia de procesos en diversas industrias. Sin embargo, a medida que la IA se vuelve más omnipresente, surgen preocupaciones sobre su seguridad y uso responsable. En este contexto, Genetec aborda estas inquietudes y promueve la IA responsable en la industria.

Los grandes modelos de lenguaje (LLM), como el famoso ChatGPT de OpenAI, están transformando la forma en la que se interactúa con la tecnología. Estos LLM pueden realizar una amplia gama de tareas, desde responder preguntas y redactar contenido hasta ayudar en la toma de decisiones. Sin embargo, su crecimiento vertiginoso ha suscitado preocupaciones sobre la seguridad y la responsabilidad en su uso.

Según Rafael Martín Enríquez, Sales Director Southern Europe de Genetec, "la IA tiene un potencial increíble para mejorar la seguridad electrónica, pero también conlleva riesgos que no debemos subestimar. Es crucial comprender las limitaciones y los posibles peligros de la IA en el contexto de la seguridad, en el que siempre el hombre debe tener la última palabra. Por esto en Genetec preferimos referirnos a esta tecnología hablando de machine learning o utilizando el acrónimo Inteligencia Automática".

Los LLM se basan en el aprendizaje automático y el procesamiento de lenguaje natural, lo que les permite responder preguntas y generar contenido de manera efectiva. Sin embargo, estos modelos no siempre producen respuestas precisas



Rafael Martín Enríquez,
Sales Director Southern Europe de Genetec.

y libres de sesgos, lo que plantea problemas significativos en las aplicaciones de seguridad. Uno de los riesgos destacados de los LLM es la posibilidad de "alucinaciones de la verdad", donde el modelo puede generar respuestas que parecen plausibles pero no están basadas en datos reales.

Además, existe una preocupación por la privacidad y la confidencialidad, ya que los LLM pueden aprender de datos confidenciales y divulgar información sensible. Además, existe el temor de que individuos malintencionados puedan utilizar la IA para tareas maliciosas, como escribir código para explotar vulnerabilidades o buscar formas de hackear aplicaciones y protocolos.

Genetec reconoce el potencial de la IA en la ciberseguridad y está comprometido con la IA responsable. La compañía ha establecido tres pilares fundamentales para guiar su enfoque en la IA:

- *Privacidad y gobernanza de datos:* Genetec utiliza conjuntos de datos que cumplen con las regulaciones de protección de datos y toma medidas para anonimizarlos siempre que sea posible.
- *Transparencia y equidad:* la empresa trabaja en minimizar sesgos en sus modelos de IA y se esfuerza por mejorar su precisión y confiabilidad. Además, busca hacer que sus modelos sean justificables para los usuarios.
- *Decisiones tomadas por humanos:* Genetec enfatiza que los modelos de IA no deben de tomar decisiones críticas por sí mismos. Los seres humanos deben de estar involucrados en la toma de decisiones en situaciones de seguridad electrónica.

La IA se está implementando en la seguridad electrónica de diversas formas, desde acelerar investigaciones hasta mejorar la ciberseguridad y automatizar tareas de conteo de personas. Genetec promueve la implementación responsable de la IA y aboga por una plataforma de seguridad abierta que permita a los profesionales de la seguridad aprovechar las aplicaciones de la IA que mejor se adapten a sus necesidades.

"En resumen, la IA tiene un gran potencial en la seguridad electrónica, pero su uso responsable y consciente es fundamental para evitar riesgos y desafíos no previstos. Genetec lidera el camino hacia la IA responsable en la industria de la seguridad electrónica y se compromete a mantener la privacidad, la equidad y la toma de decisiones humanas en el centro de su enfoque", concluye Martín.

manos se mantengan informados y tomen sus decisiones finales con base en lo que es verdad y lo que no lo es.

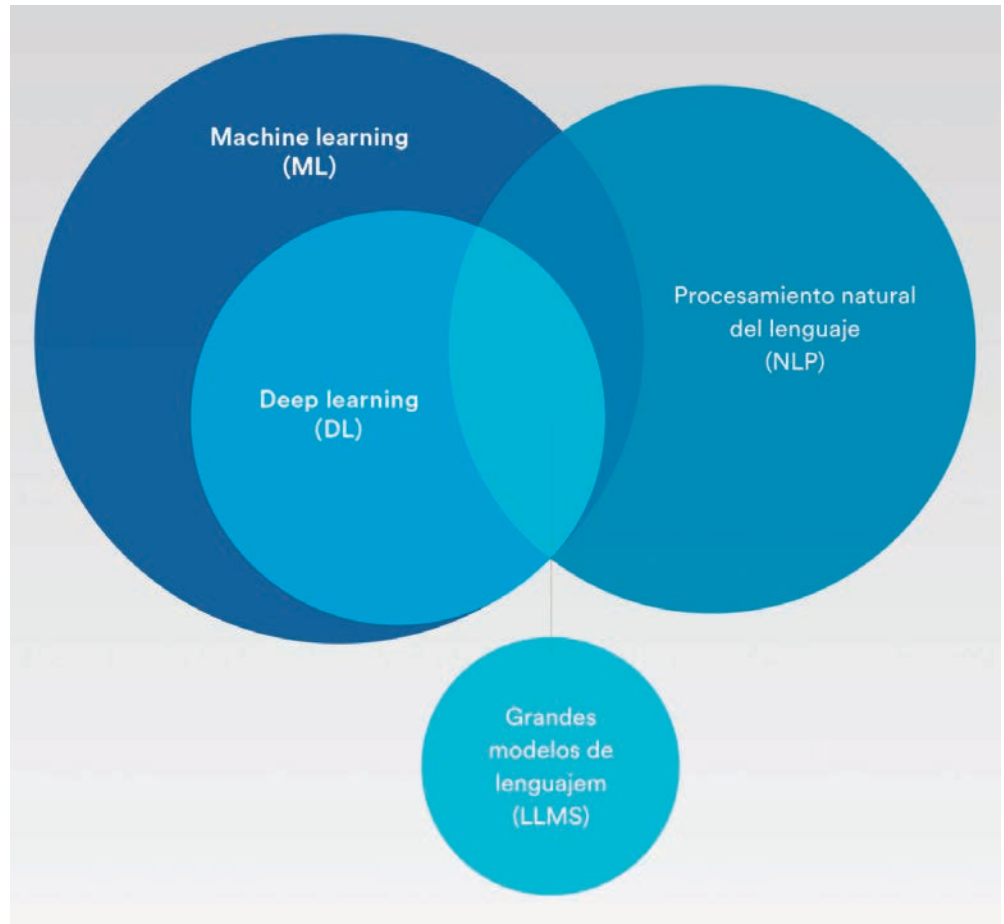
Dicho esto, lo mismo ocurre con todos los resultados beneficiosos de los LLM. Para las aplicaciones de seguridad, podría haber un futuro en el que los operadores puedan utilizar un modelo de lenguaje de IA dentro de una plataforma de seguridad para obtener respuestas rápidas, como preguntar “¿cuántas personas hay en el tercer piso en este momento?” o “¿cuántas credenciales de visitante entregamos el mes pasado?”. También se puede utilizar para ayudar a las organizaciones a crear políticas de seguridad o mejorar detalles en sus protocolos de respuesta.

Independientemente de cómo se utilicen los modelos de lenguaje de IA, una cosa es segura: los casos de uso de seguridad requerirán enfoques en los que los modelos se ejecuten en un entorno más contenido. Entonces, si bien hay mucho entusiasmo en torno a los LLM en este momento, aún queda mucho por hacer para que sean seguros y factibles para aplicaciones de ciberseguridad.

¿Cómo se está implementando la IA en el espacio de la seguridad electrónica?

Quizás los LLM sean una prioridad en este momento, pero el uso de la IA en la seguridad electrónica no es nuevo. Hay una variedad de formas interesantes en las que se utiliza la IA para soportar diversas aplicaciones. Los siguientes son algunos ejemplos de cómo se utiliza actualmente la IA en la seguridad electrónica:

- *Para acelerar las investigaciones:* Exploración de videos de un período específico para encontrar todas las imágenes con un vehículo rojo.
- *Automatización del conteo de personas:* Recibir alertas sobre los umbrales máximos de ocupación en un edificio o saber cuándo las filas de clientes son demasiado largas para mejorar el servicio.
- *Detección de placas vehiculares:* Rastreo de vehículos buscados, optimización del estacionamiento de empleados en oficinas o monitoreo del flujo de tráfico en las ciudades.
- *Mejora de la ciberseguridad:* Fortalecimiento de la protección antivirus en dispositivos utilizando machine learning para identificar y bloquear la ejecución



de malware conocido y desconocido en los puntos finales.

Para la mayoría de las empresas, la implementación de la IA se reduce a un par de factores determinantes: logrando análisis de datos a gran escala y mayores niveles de automatización. En una época en la que todo el mundo habla de transformación digital, las organizaciones quieren aprovechar sus inversiones y datos en seguridad electrónica para aumentar la productividad, mejorar las operaciones y reducir costos.

La automatización también puede ayudar a las organizaciones a cumplir con diversos estándares y regulaciones de la industria y, al mismo tiempo, reducir el costo del cumplimiento regulatorio. Esto se debe a que deep learning y machine learning ofrecen el potencial de automatizar el procesamiento de una gran cantidad de datos y flujos de trabajo, al mismo tiempo que dirigen a los operadores hacia información relevante. Esto les permite responder rápidamente a las interrupciones de las operaciones del negocio y tomar mejores decisiones.

Si bien la IA se está democratizando cada vez más a través de diversas soluciones de

analíticas de vídeo, todavía existen muchos mitos sobre lo que la IA puede y no puede hacer. Por eso es importante que los profesionales comprendan que la mayoría de las soluciones de IA en seguridad electrónica no son adecuadas para todos.

Automatizar tareas o alcanzar un resultado deseado es un proceso para determinar la viabilidad técnica. Implica identificar las soluciones existentes, otras tecnologías que podrían ser necesarias y posibles problemas de compatibilidad que resolver u otros factores ambientales a considerar.

Incluso al evaluar la factibilidad, algunas organizaciones pueden preguntarse si la inversión justifica el resultado. Entonces, si bien la IA es un componente clave para alcanzar niveles más altos de automatización en la industria de la seguridad electrónica, todavía se requiere mucha consideración, previsión y planificación para lograr resultados precisos.

En otras palabras, es crucial ser cauteloso al explorar nuevas soluciones de IA y sopesar con pensamiento crítico y diligencia debida los resultados prometidos.

¿Cuáles son las mejores formas de aprovechar la IA en la seguridad electrónica hoy en día?

Las aplicaciones basadas en IA están avanzando de maneras nuevas y apasionantes. Prometen ayudar a los negocios a alcanzar resultados comerciales específicos que aumenten la productividad, la protección y la seguridad en toda la organización.

Una de las mejores formas de aprovechar los nuevos avances de la IA en ciberseguridad es implementando una plataforma de seguridad abierta. La arquitectura abierta brinda a los profesionales de la seguridad la libertad de explorar aplicaciones de inteligencia artificial que generen el mayor valor en sus operaciones. A medida que las soluciones de IA llegan al mercado, los líderes pueden probar estas aplicaciones, a menudo de forma gratuita, y seleccionar las que mejor se adapten a sus objetivos y entorno.

Sin embargo, junto con el surgimiento de nuevas oportunidades, también surgen nuevos riesgos. Por eso es igualmente importante asociarse con organizaciones que prioricen la protección de datos, la privacidad y el uso responsable de la IA. Esto no sólo ayudará a mejorar la ciberresiliencia y fomentar una mayor confianza en tu negocio, sino que también es parte de ser socialmente responsable.

En el reporte de IBM titulado 'AI Ethics in Action', el 85% de los consumidores dijeron que es importante que las organizaciones tengan en cuenta la ética al utilizar la IA para abordar los problemas de la sociedad. El 75% de los ejecutivos cree que lograr una correcta ética en la IA puede diferenciar a una empresa de sus competidores.

Más del 60% de los ejecutivos consideran que la ética de la IA ayuda a sus organizaciones a desempeñarse mejor en cuestiones de diversidad, inclusión, responsabilidad social y sostenibilidad.

¿Cómo Genetec considera la privacidad y la gobernanza de datos utilizando IA responsable?

Dado que los algoritmos de IA pueden procesar grandes cantidades de datos de forma rápida y precisa, la IA se está convirtiendo en una herramienta cada vez más importante para las soluciones de ciberseguridad. Sin embargo a medida que la IA evoluciona, magnifica la capacidad de utilizar información personal de maneras que pueden invadir la privacidad.

Los modelos de IA también pueden producir, sin darse cuenta, decisiones sesgadas o resultados basados en diversos sesgos. Esto puede afectar las decisiones y, en última instancia, llevar a la discriminación. Si bien la IA tiene el poder de revolucionar la forma en que se realiza el trabajo y la forma en que se toman las decisiones, es necesario implementarla de manera responsable.

Es por eso que nuestro equipo en Genetec se toma en serio la IA responsable. De hecho, hemos ideado un conjunto de principios básicos para crear, mejorar y mantener nuestros modelos de IA. Estos se basan en los siguientes tres pilares:

• Privacidad y gobernanza de datos

Como proveedores de tecnología, asumimos la responsabilidad de cómo utilizamos la IA en el desarrollo de nuestras soluciones. Esto significa que sólo utilizamos los conjuntos de datos que respetan las correspondientes regulaciones de protección de datos. Siempre

que sea posible, anonimizamos los conjuntos de datos y utilizamos datos sintéticos. También tratamos los conjuntos de datos con el máximo cuidado y tenemos en cuenta la protección y la privacidad de los datos en todo lo que hacemos. Esto incluye cumplir con estrictas medidas de autorización y autenticación para garantizar que las personas equivocadas no accedan a datos e información confidenciales en nuestras aplicaciones basadas en IA. Estamos comprometidos en brindarles a nuestros clientes herramientas integradas que les ayuden a cumplir con las cambiantes regulaciones de IA.

• Transparencia y equidad

A medida que desarrollamos y utilizamos modelos de IA, siempre pensamos en cómo podemos minimizar los sesgos. Nuestro objetivo es asegurarnos de que nuestras soluciones siempre brinden resultados equilibrados y equitativos. Parte de garantizar esto significa que probamos rigurosamente nuestros modelos de IA antes de compartirlos con nuestros clientes. También nos esmeramos en mejorar continuamente la precisión y confianza de nuestros modelos. Finalmente, nos esforzamos para que nuestros modelos de IA sean justificables. Esto significa que cuando nuestros algoritmos de IA decidan o proporcionen un resultado, podremos decirles a nuestros clientes exactamente cómo llegaron a esa conclusión.

• Decisiones tomadas por humanos

En Genetec, nos aseguramos de que nuestros modelos de IA no puedan tomar decisiones críticas por sí mismos. Creemos que un ser humano siempre debe estar al tanto y tener la última palabra. Esto porque en un contexto de seguridad cibereléctronica, priorizar la toma de decisiones centrada en el ser humano es fundamental. Piensa en situaciones de vida o muerte en las que los humanos comprenden de forma innata los peligros en juego y realizan las acciones necesarias para salvar una vida. Las máquinas simplemente no pueden comprender las complejidades de los eventos de la vida real como lo hace un operador de seguridad, por lo que depender únicamente de modelos estadísticos no puede ser la respuesta. Esta es también la razón por la que siempre buscamos presentar los resultados de los modelos de IA de manera que un humano pueda tomar las decisiones más informadas. La IA puede generar conocimientos, pero los humanos siempre deben ser quienes tomen las decisiones. **tp**



Security Center SaaS, solución unificada de seguridad cibereléctronica

La tecnológica Genetec, proveedor de software de ciberseguridad electrónica unificada, seguridad pública, operaciones y soluciones de business intelligence, ha anunciado Security Center SaaS. Desarrollada poniendo en el centro la ciberseguridad y la privacidad, la nueva oferta es un software masivamente escalable, abierto y unificado como una solución de servicio (SaaS) en la nube. Combinando control de acceso, gestión de vídeo, búsqueda forense, supervisión de intrusiones, automatización y muchas otras funciones avanzadas de seguridad, Security Center SaaS abre un nuevo capítulo en la evolución tecnológica del sector de la seguridad electrónica.

“La industria de la seguridad electrónica no ha sido capaz de llevar del todo al mercado la nube o el software como servicio, especialmente a los clientes empresariales”, afirma Christian Morin, vicepresidente de Ingeniería de Producto y CSO de Genetec Inc. “Con Security Center SaaS, las organizaciones ya no están sujetas a soluciones propietarias o de escasas características como servicio que obligan innecesariamente a elegir entre todo en las instalaciones o todo en la nube. Las capacidades empresariales y la arquitectura abierta de Security Center SaaS están diseñadas para permitir que los sistemas gestionen cargas de trabajo complejas allí donde sea más lógico desplegarlas. Esta flexibilidad responde a una necesidad largamente demandada por los usuarios finales y llena un vacío importante en el mercado”.

Una solución SaaS híbrida creada para los socios de canal

A medida que las implementaciones se vuelven cada vez más sofisticadas, los usuarios finales confían en profesionales de seguridad fiables para guiarlos a través de su transición a entornos cloud e híbridos. Para llevar al mercado esta nueva solución SaaS, Genetec ha transformado todo su enfoque de adquisición, despliegue y mantenimiento sin comprometer las capacidades empresariales por las que se conocen sus soluciones.

“Los enfoques actuales de SaaS están restando protagonismo a los socios de canal, a quienes consideramos fundamentales para el éxito de los clientes y los proyectos. Security Center SaaS representa una importante

oportunidad para nuestros integradores de sistemas. Significa mejores márgenes y satisfacción del cliente a largo plazo, sin inversión adicional en tiempo o recursos por parte de los socios”, explica Michel Chalouhi, vicepresidente de Ventas Globales de Genetec Inc.

Con un proceso automatizado de presupuestos y pedidos, los sistemas pueden estar plenamente operativos en cuestión de minutos desde el momento en que se realiza el pedido. El nuevo portal de Genetec facilita la cotización, el pedido, la implantación y la gestión de grandes implementaciones para que los socios de canal puedan continuar haciendo crecer su negocio y ofrecer la tecnología y las opciones de propiedad que exigen sus usuarios finales.

Experiencia empresarial en la nube

Con la capacidad de centralizar la supervisión y gestión de múltiples sitios, Security Center SaaS es ideal para satisfacer las necesidades de los clientes en una amplia gama de sectores verticales, incluidos el retail, la educación, los campus corporativos, la banca, la sanidad y las ciudades. Puede dar servicio a despliegues de baja densidad con una serie de dispositivos directos a la nube y escalar hasta miles de sitios y dispositivos con almacenamiento y procesamiento híbridos. Los operadores pueden gestionar las operaciones desde un SOC (Centro de Operaciones de Seguridad) o sobre la marcha a través de aplicaciones web y móviles.

Security Center SaaS es una plataforma independiente del despliegue que admite diversas configuraciones. Basada en una arquitectura híbrida SaaS, la nueva solución permite

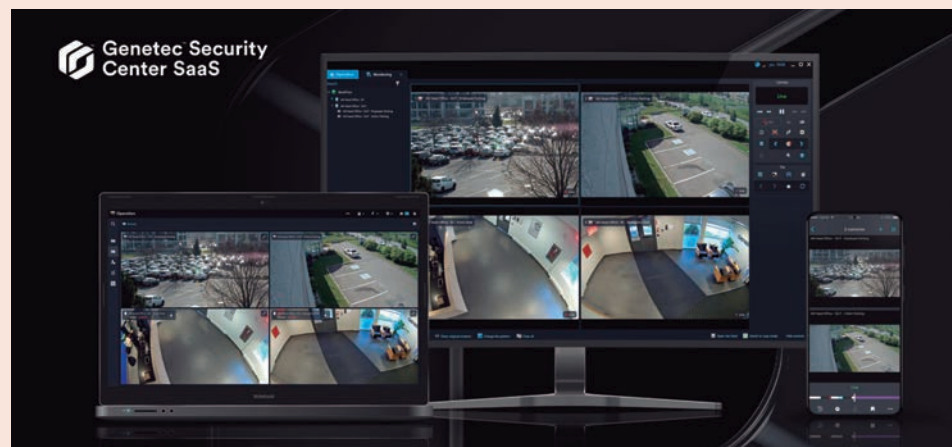
a las organizaciones trasladar componentes y sitios a la nube en función de sus necesidades y requisitos mediante una combinación de servicios cloud nativos y dispositivos gestionados en la nube, con almacenamiento y procesamiento en el perímetro. Gracias a su arquitectura abierta, Security Center SaaS ofrece a las organizaciones la libertad de elegir los dispositivos, las cámaras y los controladores que mejor se adaptan a su negocio.

Security Center SaaS también puede conectarse sin problemas con los dispositivos y la infraestructura de seguridad existentes en las instalaciones. Los dispositivos de control de acceso y las cámaras que no están preparados para la nube pueden conectarse fácilmente a Security Center SaaS mediante dispositivos edge de Genetec.

Disponibilidad

Disponible globalmente en abril de 2024 a través de los socios certificados de Genetec, Security Center SaaS se puede adquirir mediante planes de suscripción escalonados basados en el número de conexiones de dispositivos necesarias. Se presentará por primera vez en ISC West (9-12 abril en el The Venetian de Las Vegas, EEUU) en el stand 13062.

Genetec atiende a sus clientes en todo el mundo a través de una extensa red de distribuidores, integradores, socios de negocios certificados y consultores en más de 159 países. Su producto estrella, el Security Center, unifica la videovigilancia, el control de acceso, el reconocimiento de placas vehiculares (LPR, por sus siglas en inglés), las comunicaciones y las analíticas de vídeo, todas basadas en redes IP, en una plataforma de arquitectura abierta.



Las previsiones sobre la IA generativa y la RA/RV dan confianza al sector a largo plazo

Después del récord de ventas alcanzado durante la pandemia, el mercado Telecom lucha contra el estancamiento. A menos que haya grandes innovaciones, no se prevé una recuperación a largo plazo de la demanda. A rebufo del Mobile World Congress de Barcelona, los expertos de GfK han identificado dos tendencias que podrían ayudar a los sectores de smartphones y de gaming: la inteligencia artificial generativa (GenAI) y la realidad aumentada/virtual (AR/VR).



“En 2023, el mercado global de Telecom registró un ligero descenso del 0,6% en términos de ingresos, y para 2024 preveemos un modesto crecimiento en torno al 2%. Es necesaria una verdadera innovación para impulsar el mercado a largo plazo. Observamos dos grandes oportunidades que podrían hacerlo si consiguen llegar al mercado de masas: la IA generativa para smartphones y la realidad aumentada y virtual”, afirma Jan Lorbach, insights expert de GfK para Telecom. “Para que los retailers y los fabricantes puedan beneficiarse de este esperado aumento de la demanda se aconseja que se conviertan en early adopters”.

La IA generativa impulsará la demanda de smartphones

El comportamiento de los smartphones sigue mejorando, pero los consumidores necesitan formas más prácticas de utilizar su potencial. En la actualidad los teléfonos inteligentes se usan principalmente para aplicaciones de mensajería como WhatsApp y WeChat (el 72% de los usuarios de smartphones en todo el mundo)

o de fotografía (64%). El siguiente gran paso está aún por llegar con la implantación generalizada de la IA generativa.

Cuando esta inteligencia artificial se incorpore a la vida cotidiana de los usuarios de smartphones, impulsará la demanda. El análisis de las ventas y del comportamiento de los consumidores a largo plazo, realizado por GfK, muestra que los usuarios están dispuestos a pagar más por funciones avanzadas. Sin embargo, si la innovación no es suficiente, preferirán esperar a que haya algo realmente nuevo antes de comprar su próximo dispositivo.

Esto se observa en los ciclos de sustitución, cada vez más largos. Según GfKnewron Consumer, en 2023, por primera vez, la mayor parte (35%) de los nuevos compradores tenían smartphones de entre dos y tres años de antigüedad. En 2022, aquellos con dispositivos de entre uno y dos años estaban a la cabeza.

RA/RV y el metaverso para un mercado masivo

El hype en torno al metaverso se ha calmado un poco. Sin embargo, el sector evoluciona hacia una división entre consumidores interesados y no interesados. A pesar de que las ventas totales de dispositivos relacionados con el metaverso disminuyeron un 2% en 2023, los ingresos generados aumentaron un 15%. El hecho de que los usuarios más interesados en el metaverso inviertan en productos más avanzados de realidad aumentada, virtual o mixta (MR) refleja la tendencia hacia la premiumización. Como consecuencia, la cuota de facturación de las gafas de AR y MR creció un 30% hasta alcanzar los 225 millones de dólares (209 millones de euros) en 2023, frente al 4% en 2022.

Es interesante ver cómo difiere esta tendencia en las distintas regiones: en Europa Occidental se compraron mayoritariamente gafas de VR (83% de los ingresos mundiales), mientras que en China se adquirieron principalmente las de AR (98%). A su vez, en este país ha caído significativamente la demanda de las gafas de realidad virtual tradicionales, con un

«Es necesaria una verdadera innovación para impulsar el mercado Telecom a largo plazo. Observamos dos grandes oportunidades si consiguen llegar al mercado de masas: la IA generativa para smartphones y la realidad aumentada y virtual»

(Jan Lorbach, GfK)

descenso interanual de las ventas del 55%. En el resto del mundo, sin embargo, la VR sigue experimentando un ligero crecimiento del 3%. La razón de estas diferencias no es sólo la preferencia personal, también la distribución, ya que algunos dispositivos simplemente no están disponibles en ciertos mercados locales.

La industria Telecom experimentará un gran impulso si las gafas de realidad aumentada, virtual o mixta pasan a ser de uso cotidiano, en lugar de un producto de nicho para aplicaciones especializadas en gaming.

Resultados del mercado mundial de smartphones en 2023

Durante todo 2023, el mercado mundial de teléfonos inteligentes se mantuvo bastante estable, con un ligero aumento de los ingresos del 0,1% con relación a 2022. A finales de año el mercado empezó a recuperarse, con un incremento de la facturación en el segundo semestre del 4,2% interanual. Pero no solo las comparaciones semestrales muestran diferencias significativas. A nivel regional, en 2023 el mercado de smartphones también registró una evolución muy diferente.

Evolución de los ingresos del mercado de smartphones por regiones (2023 frente a 2022):

- + 3,9% Europa Central y Oriental
- + 2,0% Europa Occidental
- + 1,1% Oriente Medio y África
- + 0,6% China
- - 5,9% Asia emergente (sin China)
- - 3,7% América Latina

A nivel global, el precio medio pagado por los consumidores por un nuevo dispositivo

*«Los españoles siguen atravesando un escenario de incertidumbre económica que condiciona sus decisiones de compra. Así, una de las técnicas de ahorro se centra en alargar cada vez más la vida de los productos, y dejar a un lado la adquisición de terminales nuevos»
(Kike Aganzo, idealo.es)*



Kike Aganzo,
responsable de comunicación de idealo.es.

volvió a subir ligeramente en 2023 en 34 dólares (31 euros), hasta los 389 dólares (360 euros). Esto es resultado de la continua demanda de los consumidores por productos premium y con una mejor funcionalidad. Los modelos 5G ya representaban el 75% de los ingresos en 2022, una cifra que en 2023 aumentó hasta el 81%. También creció la cuota de smartphones con más de 512 GB de almacenamiento (+ 9 puntos porcentuales) y carga rápida inalámbrica (+ 5 puntos porcentuales).

La demanda de móviles se desploma en toda Europa

Los datos que maneja idealo.es son algo más pesimistas. Con motivo del MWC, muchas compañías están lanzando sus novedades en cuanto a dispositivos móviles a nivel global. Pero, ¿se plantean los europeos renovar su móvil cada poco tiempo? Según el último estudio elaborado por el comparador de precios, se muestra cómo la demanda de móviles inteligentes en España ha caído un 22% en el último año. Y no es solo una tendencia de nuestro país. Se han analizado las búsquedas en los países en los que está presente Idealó y el interés por adquirir un nuevo móvil también decrece.

En concreto, Reino Unido es donde más baja el interés de compra por un nuevo móvil. Las búsquedas se desploman alcanzando un 31% menos. Le sigue Italia (-26%), Austria (-6%) y Alemania (-2%). El único país que ha conseguido incrementar las búsquedas de telefonía móvil es Francia, y lo ha hecho tan solo con un 3%. Si en 2023, España era el único país donde bajaba el interés de compra por un nuevo smartphone, ahora es una tendencia que traspasa nuestras fronteras.


¿Por qué la gente compra menos móviles?

Pueden ser muchos los factores por los que el interés por nuevos terminales ha decaído, como puede ser la escasez de funcionalidades innovadoras o los objetivos de ahorro de los consumidores. Pero el que más destaca en época de inflación es, sin duda, el precio. España tiene el precio medio de móviles más elevado de Europa, con 347 € de media. Esto implica que el costo promedio de un teléfono móvil en nuestro país es un 15% más alto que en Francia y un 9% mayor que en Alemania. Francia consigue mantener la demanda de móviles, pero lo hace gracias a que cuenta con un precio promedio más económico, alrededor de 301 €.

Otro de los motivos sería el ahorro. Desde la creación del primer teléfono móvil en el año 1973, estos dispositivos se han ido modernizando cada vez más. La integración de la cámara, el acceso a internet, o una pantalla táctil son solo algunas de las funcionalidades que se han ido añadiendo a estos aparatos que ya forman parte indiscutible de nuestras vidas. Sin embargo, según el informe sobre ahorro y consumo de los españoles, el 30,8% de los españoles admitía alargar más la vida de los productos antes de sustituirlos por unos nuevos, como método para ahorrar.

Las marcas de móviles favoritas por los españoles

En el ranking de los móviles más buscados por los españoles este 2024, el favorito sigue siendo el iPhone 13 (modelos de 2021), manteniendo su posición principal al igual que ocurrió el año pasado. El iPhone 15, el último lanzamiento de Apple, solo logra hacerse con el segundo puesto. El Samsung Galaxy S23 ocupa el tercer lugar en la lista de los dispositivos más buscados. Además, el Redmi Note 13 posiciona a Xioami como la tercera marca preferida en telefonía móvil por parte de los españoles.

“A pesar de la continua innovación del sector, los españoles siguen atravesando un escenario de incertidumbre económica que condiciona sus decisiones de compra. Así, una de las técnicas de ahorro que usan los consumidores se centra en alargar cada vez más la vida de los productos, y dejar a un lado la adquisición de terminales nuevos. Por ello, uno de los retos para el sector está en buscar la forma de mantener una innovación constante y responder a las necesidades de los consumidores”, señala Kike Aganzo, responsable de comunicación de idealo.es. 

NIS2 y la protección de la identidad, principales desafíos para 2024

La ciberseguridad vuelve a estar, un año más, en la mente —y en la planificación estratégica— de la inmensa mayoría de los directores de tecnología de empresas de todos los tamaños. El mundo digital está ampliando sus horizontes cada vez más, desde el IoT hasta la Inteligencia Artificial, convirtiendo a la ciberseguridad en una pieza clave en cualquier engranaje. Y mientras aceptamos estos desarrollos, 2024 promete nuevas tendencias y patrones relacionados con las ciberamenazas que llevarán a la industria hacia nuevas direcciones.

EL PRIMERO de ellos será el impacto que la directiva NIS2 pueda tener en las empresas que operan en la UE. Se trata, sin duda, de un paso muy importante dado por las instituciones públicas para impulsar una ciberseguridad común. Sin embargo, la legislación promete doce meses de confusión para las empresas clasificadas como de infraestructuras críticas básicas que deben cumplir con la nueva regulación. Se espera que esta norma entre en vigor el 17 de octubre, por lo que será interesante ver cómo cada país transpone la directiva a las respectivas legislaciones nacionales.

Muchas empresas esperarán también un botón mágico que les permita cumplir con la ley sin mucho esfuerzo, pero NIS2 no es solo tecnología, también son prácticas y operativas. El impacto de esta norma estará correlacionado con la madurez con la que se encuentren las estrategias de seguridad de cada organización, ya que la puesta en marcha requerirá de importantes esfuerzos, sobre todo si no se han tenido en cuenta hasta ahora altos niveles de protección. Para los que cuenten con unas políticas de ciberseguridad avanzadas, el impacto será prácticamente nulo. En cualquier caso, 2024 será un período de adaptación en las prácticas de ciberseguridad de las empresas de la UE.

Compartir información sobre incidentes

El cambio cultural hacia la inteligencia compartida y colaborativa se convertirá también el próximo año en la piedra angular. Ahora mismo, nos encontramos con una brecha real entre la extensión y la efectividad a la hora de compartir información posterior a un ciberataque, debido, especialmente, al rechazo de las víctimas por una posible estigmatización o sentimiento de culpabilidad. Esta situación repercute negativamente en la comprensión global de las nuevas amenazas, pero también impide el desarrollo de mecanismos realmente robustos para la defensa de las organizaciones.

Al reconocer este problema, se espera que los gobiernos locales y los organismos reguladores desempeñen un papel fundamental en la nueva forma de pensar sobre el intercambio de inteli-



gencia. Al hacer cumplir políticas que fomenten o exijan el intercambio de información sobre incidentes de ciberseguridad y de inteligencia sobre amenazas, el objetivo es fomentar un entorno más colaborativo y un ambiente que se centre menos en culpar a las víctimas, en la que las organizaciones vean el intercambio de inteligencia como una responsabilidad común y vital para la ciberresiliencia colectiva.

A medida que avanzamos hacia una cultura que priorice la protección, la formación y la prevención por encima de la culpabilización, podremos esperar un frente más unido contra las ciberamenazas. Se debe hacer hincapié en aprender de los incidentes, crear conciencia sobre las amenazas emergentes y diseñar colectivamente estrategias para prevenir ataques similares, creando así un ecosistema digital más seguro e informado.

Incremento continuado de los ataques relacionados con ingeniería social

Los ataques basados en identidad seguirán siendo la principal arma de los ciberdelincuentes en 2024 por el simple hecho de que se ha demostrado que es el ataque más eficiente. Según un estudio de CrowdStrike, el 80% de las brechas ocurren a partir de identidades comprometidas. Los delincuentes no solo buscan ya credenciales válidas sino que, sobre todo, persiguen cualquier forma de autorización e identificación —credenciales débiles de víctimas que han realizado

compras en el mercado negro, por ejemplo—, y las utilizan para desarrollar sus labores de ingeniería social y para realizar ataques de phishing.

La ingeniería social es lo más destacado en este punto, ya que las empresas necesitan esforzarse por educar a sus empleados a la hora de ser conscientes de cuándo están siendo engañados. Esto hace que la protección de la identidad sea la protección más crítica que las empresas deberían tratar de fortalecer en 2024. De lo contrario, los delincuentes atacarán continuamente este punto débil y, en la mayoría de los casos, tendrán éxito.

Colaboración entre equipos

Todos estos desafíos hacen más importante que nunca que las líneas entre los equipos de TI y de seguridad se difuminen, ya que existe una verdadera oportunidad para mejorar la resistencia corporativa con la convergencia de estos dos departamentos que, tradicionalmente, han operado de forma independiente.

La cooperación entre las dos áreas permite la combinación de expertos que pueden luchar juntos contra las amenazas más sofisticadas. Además, la aparición de plataformas de ciberseguridad diseñadas específicamente para el uso en departamentos de TI es prueba de ello. Ese tipo de plataformas han sido diseñadas para integrar la seguridad en las operaciones técnicas y ofrecen análisis en tiempo real y respuestas automatizadas a cualquier incidente, reduciendo, por tanto, el tiempo de respuesta y mejorando la seguridad global.

En definitiva, no es ninguna sorpresa afirmar que las empresas que prioricen la ciberseguridad estarán mejor colocadas ante las amenazas emergentes. Las inversiones en seguridad avanzada —especialmente en cifrado, autenticación multifactor, análisis en tiempo real de amenazas—, pero también los esfuerzos por alcanzar una cultura de concienciación entre los profesionales serán claves para una defensa adecuada contra cualquier ataque.

Zeki Turedi, CTO de CrowdStrike para Europa



RECICLADORES DE EFECTIVO

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

VNE

We change



> 4Pay

- > Pantalla 7".
- > Reciclador de billetes JCM ipro 4 denominaciones (30 de cada una). Almacena 400 billetes.
- > Hopper CREOM CREM-8, con 8 hoppers independientes de hasta 280 monedas cada uno.



> Virtuo4 2.0

- > Pantalla 7" táctil.
- > Reciclador de billetes JCM ipro 4 denominaciones (30 de cada una). Almacena 400 billetes.
- > Hopper multimonedas ITL, capacidad de hasta 2000 monedas. Almacén adicional de monedas.

DISPONIBLES EN MODALIDAD DE COMPRA O DE RENTING

EL CONTRATO DE MANTENIMIENTO CON EL CLIENTE FINAL, PUEDE OFRECERLO EL DISTRIBUIDOR DIRECTAMENTE O MEDIANTE LA EMPRESA DE SERVICIOS DIUSFRAMI. ENLAZADO DIRECTAMENTE A APLICACIONES COMO FACTORYPOS O MEDIANTE IMACASH.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- | | | |
|----------------------|-------------------------------|--------------------------|
| > TPV WINDOWS. | > QUIOSCOS. | > CAJAS REGISTRADORAS. |
| > TPV ANDROID. | > PDA ANDROID. | > CAJONES DE EFECTIVO. |
| > TABLETS WINDOWS. | > PDA CON IMPRESORA. | > IMPRESORAS TICKETS. |
| > TABLETS ANDROID. | > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS. | > IMPRESORAS ETIQUETAS. |
| > SOFTWARE PARA TPV. | | > IMPRESORAS PORTÁTILES. |





TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com



Spezial
allauf
Pizza
jedes Pastagericht
5,90€
Gericht mit
hausgemachten
6,40€
großer, knuspriger
Sahit
5,50€



- > **D3**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10".
- > Gama económica.



- > **D4**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10"/15.6".
- > Impresora 80mm.
- > Gama profesional.



- > **SWAN**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10" + NFC
- > Gama profesional.



- > **KDS K1**
- > Pantalla 21.5".
- > Para colgar en pared.
- > Monitor en Cocina.
- > Gama industrial.



- > **D1**
- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 57mm.
- > Visor trasero.
- > Gama económica.



- > **FALCON**
- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 80mm.
- > Visor trasero. NFC opc.
- > Gama profesional.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





TERMINALES PUNTO DE VENTA WINDOWS

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

UNICOPOS



> **W64NP**

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Visor o LCD opcional.
- > Base de aluminio.



> **W51035NP**

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU i5-1035G1, 8+128GB.
- > Visor o LCD opcional.
- > Base de aluminio.



> **WP64NP**

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Impresora integrada.
- > Visor o LCD opcional.



> **WP51035NP**

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU i5-1035G1, 8+128GB.
- > Impresora integrada.
- > Visor o LCD opcional.



> **UNICO-W2164N**

- > Pantalla 21.5". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Panel PC o Monitor Cocina
- > Para colgar en la pared.



> **UNICO PT15/PT17**

- > Pantallas táctiles, VGA+USB.
- > PT15C: 15", 1024x768.
- > PT17C: 17", 1280x1024.
- > Pueden ir en pared.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.

- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.

- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





SOFTWARE PARA TPV ANDROID

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

FactoryPOS



> TPV

- > Control de Ventas.
- > Control estadístico.
- > Control de Usuarios.
- > Gestión de Mesas.
- > Estadísticas y Stocks.

> COMANDEROS

- > Gestión de mesas.
- > Gestión de pedidos.
- > Envíos a cocina.
- > Gestión del cobro.
- > Impresión del ticket.

> KDS COCINA

- > Recepción de pedidos.
- > Múltiples secciones.
- > Varias visualizaciones.
- > Orden de platos.
- > Gestión de colas.

> KIOSCOS

- > Gestión de auto-pedidos.
- > Cobro automatizado.
- > Envíos a Cocina.
- > Multi-idioma.
- > Interfaz de uso amigable.

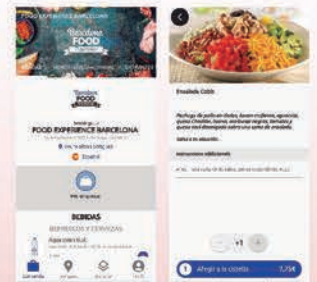
> BACK-OFFICE

- > Alojado en la nube.
- > Multilocal.
- > Configuración.
- > Estadísticas.
- > Copias de seguridad.



> PEDIDOS ONLINE

- > Aplicación de pedidos.
- > A recoger, a domicilio.
- > Pedidos en mesa, Carta.
- > Pagos integrados.
- > Conexión a plataformas.



EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.

- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.

- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





TPV ANDROID DE TERCERA GENERACIÓN

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

SUNMI
Android POS Leader



- > **D3mini-58**
- > Pantalla 10.1". A-13.
- > Impresora 58mm.
- > Visor 1 línea.
- > 3+32Gb. Batería.



- > **D3mini-80**
- > Pantalla 10.1". A-13.
- > Impresora 80mm.
- > Visor LCD 4".
- > 3+32Gb. NFC.



- > **T3 PRO**
- > Pantalla 15.6". A-13.
- > Opción Visor 10"/15,6".
- > 6+128Gb. Lector huella.
- > Cámara 8MP.



- > **T3 PRO MAX**
- > Pantalla 15.6". A-13.
- > Opción Visor 10"/15,6".
- > Impresora 80mm.
- > 6+128Gb. Lector huella.

LA TERCERA GENERACIÓN DE TERMINALES SUNMI, MAXIMIZA EL RENDIMIENTO Y USABILIDAD, CON EL MEJOR DISEÑO.



- > **V3 MIX**
- > Pantalla 10.1". A-13.
- > Impresora 80mm. NFC.
- > Cámara, Scanner.
- > Batería.
- > Cuna de carga opcional.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:


- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.



SAMSUNG

Nuevos Galaxy Book4 Series



 Windows 11

Te acerca a las cosas que amas



Touchscreen



Intel® Evo™ Edition powered by
Intel® Core™ Ultra Processor (Series 1)

Imagen alterada con fines publicitarios.