

it Digital MAGAZINE

Nº 14 · MARZO 2024

Descarga esta revista y ábrela con Adobe Acrobat Reader para aprovechar sus opciones de interactividad



it Reseller
TECH&CONSULTING

COMUNICACIONES UNIFICADAS, UN NEGOCIO QUE VUELVE A DESPUNTAR

it Digital Security

EL RETO DE LA SEGURIDAD IOT

it User
TECH & BUSINESS

¿ESTÁN PREPARADAS LAS EMPRESAS PARA LA IA A NIVEL DEL DATO?



TENDENCIAS EN TORNO A LA CIBERSEGURIDAD EN 2024, A DEBATE



MWC BARCELONA 2024 FINALIZA CON MÁS DE 101.000 ASISTENTES PRESENCIALES



VÍCTOR BLANCO RODRÍGUEZ, CHIEF INFORMATION DIGITAL AND CYBERSECURITY OFFICER EN CEPSA

CEO y Fundador

Juan Ramón Melara
juanramon.melara@itdmgroup.es

Directora Ejecutiva

Arancha Asenjo
arancha.asenjo@itdmgroup.es

Director Ejecutivo

Pablo García
pablo.garcia@itdmgroup.es

Director Editorial

Miguel Ángel Gómez
miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Redactora Jefe Web

Hilda Gómez
hilda.gomez@itdmgroup.es

Redactor Jefe IT Digital Magazine

Ricardo Gómez
ricardo.gomez@itdmgroup.es

Redactor Jefe IT Digital Security

Rafael Claudín
rafael.claudin@itdmgroup.es

Redacción

Alberto Varet, Marga Verdú, Cristina A. Alonso

Eventos

Arancha Lafuente

Diseño y maquetación

Eva Herrero

Fotografía

Mayte Madariaga, Javier Barbancho

Clara del Rey, 36 1º A · 28002 Madrid

Tel. 91 601 52 92

PARECE QUE FUE AYER

Un mes como este, pero de 2015, nació IT Digital Media Group. Ese mes lanzamos los números cero de IT User y de IT Reseller, y fue el primero de nuestros años fiscales. En este 2024 ya estamos en el décimo. Y parece que fue ayer.

Muchas cosas han pasado estos años, muchos proyectos, muchas apuestas y mucha satisfacción por el camino recorrido.

Hemos tratado de evolucionar permanentemente. De esos números cero de dos revistas independientes a este número de IT Digital Magazine que tiene usted en sus manos. Antes la información se entendía como algo vertical y de nicho, lo que a lo largo de estos años nos hizo sumar

cabeceras como IT Digital Security, IT Trends o Administración Pública Digital. Ahora el mercado es cada vez más transversal y todo tiene su reflejo en nuestro día a día.

Además de nuestros sites y revistas, lo más importante ha sido la creación de nuestra #ComunidadIT. Todos aquellos profesionales que nos seguís, que accedéis a nuestros medios de comunicación o que estáis presentes en nuestros foros de conversación alrededor de las TIC. Vosotros sois la razón de ser de todo este proyecto que todavía nos hace gran ilusión y con el que disfrutamos mucho, y trabajamos mucho, todo hay que decirlo.

Marzo de 2024 es para nosotros un mes de cambios... Arancha Asenjo y Pablo García han dado un paso



al frente para liderar esta editorial en los próximos años, y ayudarme en una labor que precisa grandes dosis de ilusión y de esfuerzo, de querer hacer las cosas cada día un poco mejor, de luchar con el estrés y la tensión del día a día, y sobre todo de aportar siempre una nueva idea que nos lleve a intentar hacer las cosas siempre mejor. En un mercado como este no cabe el conservadurismo y el conformismo.

Ocupamos por lo tanto un poco de espacio en este número de IT Digital Magazine con el fin de darles las gracias a todos los que nos eligen y explicarles qué somos después de diez años fiscales, así como lo que queremos seguir siendo. ■

JUAN RAMÓN MELARA,

CEO y fundador de IT Digital Media Group

#CONTENIDOS IT



¿ESTÁN PREPARADAS LAS EMPRESAS PARA LA IA A NIVEL DEL DATO?



COMUNICACIONES UNIFICADAS, UN NEGOCIO QUE VUELVE A DESPUNTAR



EL RETO DE LA SEGURIDAD IOT

ENTREVISTAS



Víctor Blanco, CEPSA



Javier Luque, SPG



Miguel Rodríguez, Threema



Manuel de Dios, Flexible



Fernando Feliu, Virtual Cable



Juan Ramón Melara, ITDM Group

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

- >> ASLAN
- >> QNAP
- >> ESPRINET
- >> DMI
- >> ADM
- >> ARSYS
- >> INCENTRO
- >> AYESA
- >> SONICWALL
- >> STORMSHIELD
- >> B-FY
- >> INGRAM MICRO
- >> SECUÍZATE
- >> IT WHITEPAPERS

ACTUALIDAD

TENDENCIAS

DEBATE IT



Tendencias en torno a la Ciberseguridad en 2024, a debate

NO SOLO IT

REVISTA DIGITAL



UN GRAN AVANCE EN DIGITALIZACIÓN

AI

ASLAN ^{31 ED} 2024

17 y 18 ABRIL > MADRID

congreso.aslan.es



Data Resilience

Cyber Security

Digital WorkSpace

Cloud DataCenter

Intelligent Networks

GLOBAL SPONSORS



EVENT SPONSORS



El gran evento anual en España organizado por la Asociación nacional de la industria tecnológica

@aslan/35 años



MWC BARCELONA 2024 FINALIZA CON MÁS DE 101.000 ASISTENTES PRESENCIALES

Más de 2.700 expositores, patrocinadores y socios, y más de 1.100 ponentes y líderes de opinión se dieron cita en un encuentro que ha ofrecido cuatro días de debate, liderazgo intelectual, inspiración y cierre de acuerdos. “El MWC de Barcelona encarna la energía y la vitalidad del ecosistema móvil”, afirma John Hoffman, CEO de GSMA.

➤ MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ (BARCELONA)

EL EVENTO HA REUNIDO A MÁS DE 101.000 ASISTENTES PRESENCIALES PROCEDENTES DE 205 PAÍSES Y TERRITORIOS, EL 51% DE LOS CUALES ERAN DE NIVEL DIRECTIVO Y SUPERIOR, Y EL 26% ERAN MUJERES

GSMA MWC Barcelona 2024 ha cerrado sus puertas después de cuatro días de debate dinámico y networking, convocando a los líderes de la industria y asistentes de todo el ecosistema móvil.

El evento ha reunido a más de 101.000 asistentes presenciales procedentes de 205 países y territorios, el 51% de los cuales eran de nivel directivo y superior, y el 26% eran mujeres; a más de 2.700 expositores, patrocinadores y socios; y a más de 1.100 ponentes y líderes de opinión, de los cuales el 40% son mujeres; así como a cerca de 2.600 periodistas y analistas del sector de todo el mundo.

Hubo asimismo más de 400.000 espectadores únicos de las conferencias magistrales y sesiones en directo en el MWC Barcelona, Mobile World Live y plataformas y medios asociados. El Talent Arena, el nuevo espacio

de MWCcapital, cerró su primera edición con un Open Gateway Hackathon de 48 horas y profesionales de más de 400 empresas implicadas.

Por otra parte, el Ministerial Programme de GSMA convocó a más de 180 delegaciones de 140 países, incluidos dos jefes de estado, más de 70 ministros, casi 120 jefes de autoridades reguladoras y más de 40 organizaciones intergubernamentales, mientras que 4YFN, que este año ha celebrado su 10º aniversario, ha acogido a 930 expositores, 450 ponentes y más de 1.000 inversores con fondos colectivos por valor de 50.000 millones de euros.

Todas estas cifras posicionan al MWC de Barcelona como el mayor y más influyente acontecimiento mundial sobre conectividad, gracias a su combinación única de expositores, conferencias y la mayor congregación de responsables políticos que hacen posible la economía digital. Como



EL PABELLÓN DE ESPAÑA BATE SU RÉCORD DE ASISTENCIA MARCADO EN LA ANTERIOR EDICIÓN DE MWC CON UN INCREMENTO DEL 25% EN EL NÚMERO DE VISITANTES

señala John Hoffman, CEO de GSMA, “el MWC de Barcelona encarna la energía y la vitalidad del ecosistema móvil. Nos sentimos orgullosos de acoger este evento especial que, una vez más, ha ofrecido cuatro días excepcionales de debate, liderazgo intelectual, inspiración y cierre de acuerdos. Nuestro agradecimiento a todos los que han asistido a la edición de este año y uno especial a las fiestas de la ciudad anfitriona. Barcelona ha cumplido de nuevo”.

Mats Granryd, director general de la GSMA, añade que “la razón por la que nos reunimos en Barcelona todos los años es para escuchar perspectivas realmente convincentes del sector en el programa de conferencias y experimentar la innovación, el ingenio y el optimismo en el showfloor. El objetivo

de este evento es ofrecer una visión del futuro y demostrar cómo la IA, la 5G y las API están abriendo nuevas posibilidades, gracias a iniciativas de colaboración como GSMA Open Gateway. Les deseamos a todos un buen viaje de vuelta a casa y esperamos darles la bienvenida de nuevo el año que viene”.

EL PABELLÓN DE ESPAÑA EN MWC BARCELONA 2024 BATE SU RÉCORD DE ASISTENCIA

El Pabellón de España bate su récord de asistencia marcado en la anterior edición de MWC con un incremento del 25% en el número de visitantes. Más de 10.000 personas han pasado por el espacio, concebido como un punto de encuentro para el debate y la presentación de

innovaciones por parte de empresas expositoras, instituciones y expertos del sector tecnológico.

A los visitantes presenciales se unen aquellos que han accedido de manera virtual a la intensa agenda de actividades retransmitida en el set de presentaciones, bien a través de la web específica del [Pabellón](#) o por el canal oficial de Red.es en Youtube. El acceso a la web oficial ha acumulado un 50% de incremento de usuarios únicos respecto al año pasado y un tiempo medio de permanencia superior a los 10 minutos. Adicionalmente a las 10.000 visitas, por tanto, más de 7.000 usuarios más han accedido a los contenidos del Pabellón de manera virtual.

Los expositores calculan que su presencia en el Pabellón les permi-

tirá generar negocio por valor de 12,5 M €. Las 45 empresas coexpositoras han desarrollado una intensa agenda de negocios aprovechando el marco y la atracción que genera el Pabellón, y han participado en más de 1.500 reuniones con más de 2.000 contactos profesionales, de los que más de 500 serán cualificados. ■

MÁS INFO +

» [Mobile World Congress 2024](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



#ACTUALIDAD



HUAWEI QUIERE ACELERAR LA RED Y PREPARAR EL DESPLIEGUE DE 5.5G

La firma ha acudido al Mobile World Congress con el objetivo de mostrar cómo la convergencia de las redes móviles, con el inicio del despliegue comercial de 5.5G, la inteligencia artificial y la nube pueden contribuir a potenciar la transformación digital inteligente en todas las industrias.

➤ MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ (BARCELONA)

Según lo ven desde la compañía, la infraestructura digital del futuro mundo inteligente estará profundamente integrada en todos los aspectos de nuestra vida, industria y sociedad,

pero estos nuevos escenarios empresariales para las personas, los hogares, las empresas y los vehículos plantearán mayores requisitos para las capacidades de red. Para resolver esta necesidad, Huawei ha

presentado una gama de productos y soluciones 5.5G, F5.5G y Net5.5G para múltiples escenarios en Barcelona y “se compromete a trabajar con operadores globales y socios industriales para afrontar, y liderar,

HUAWEI SE COMPROMETE “A TRABAJAR CON OPERADORES GLOBALES Y SOCIOS INDUSTRIALES PARA AFRONTAR, Y LIDERAR, LOS RETOS Y OPORTUNIDADES DEL FUTURO MUNDO INTELIGENTE”

los retos y oportunidades del futuro mundo inteligente”.

Con los datos que maneja la firma, a finales de 2023 se han puesto en marcha más de 300 redes comerciales 5G en todo el mundo, que dan servicio a más de 1.600 millones de usuarios, un despliegue muy avanzado y con ratios de crecimiento de usuarios muy superiores a los que tuvo 4G.

Para seguir desarrollando la base sobre la que desplegar esta transformación digital inteligente, Huawei ha mostrado en Barcelona el primer modelo básico de telecomunicaciones, que ofrecerá aplicaciones inteligentes basadas en roles y escenarios para satisfacer la demanda de la industria de un suministro ágil de servicios, una garantía precisa de la experiencia del usuario y una operación y mantenimiento eficientes en todos los dominios. También ayudará a los operadores a capacitar a sus empleados y mejorar la satisfacción de los usuarios

para impulsar de forma integral la productividad de la red.

Se espera que el 5,5G vea la luz comercial en 2024, y Huawei “ha reafirmado su compromiso de trabajar con operadores de todo el mundo para explorar la evolución de esta tecnología”. El objetivo es “ayudar a construir redes ubicuas que sean eficientes, colaborativas, ecológicas, estables e inteligentes para que los operadores puedan ofrecer una experiencia de gran calidad. Esta colaboración en el sector llevará la transformación digital inteligente a niveles más profundos y nos conducirá más rápidamente a un mundo inteligente”.

Por su parte, el área de Empresas de la compañía ha mostrado en Barcelona nuevas soluciones digitales inteligentes para 10 industrias y una serie de productos bajo el lema “Infraestructura líder para acelerar la inteligencia industrial”.

HUAWEI ESPAÑA Y NUCLIO FOUNDERS QUIEREN IMPULSAR EL ECOSISTEMA DE STARTUPS

Huawei España y Nuclio Founders, han firmado un acuerdo en el marco del Mobile World Congress 2024 celebrado en Barcelona, según el cual ambas entidades van a ofrecer oportunidades de crecimiento a emprendedores españoles a través de mentorización y dotación de recursos y servicios. Dentro de las acciones, se incluye el lanzamiento de 10 becas impulsadas y apoyadas por el área de Huawei Cloud España y Nuclio Founders, iniciativa de Nuclio, que constituye el canal de entrada al acceso de nuevos emprendedores, startups y oportunidades de generación de negocio.

En este proyecto, los firmantes trabajarán de manera alineada

para impulsar conjuntamente la innovación y el desarrollo de negocios en la nube. Por un lado, Huawei compartirá la experiencia y el conocimiento de proyectos en la nube desarrollados en otras regiones y proporcionará apoyo a través de servicios en la nube, soporte técnico y formación. Por su parte, Nuclio Founders será la compañía encargada de seleccionar a las startups con un alto potencial para unirse al proyecto. Asimismo, proporcionará los recursos necesarios para apoyarlas e impulsarlas a través de cursos de formación, sesiones de trabajo y una sólida comunidad rodeada de emprendedores e inversores líderes en España.

POTENCIAR LAS EXPERIENCIAS SOBRE LA RED CON LA LLEGADA DE 5.5G

Huawei ha celebrado el 5G Beyond Growth Summit en el marco del Mobile World Congress de Barcelona para mostrar cómo los operadores pueden incrementar las experiencias y la monetización de las redes con el despliegue de 5.5G.

En el evento, Li Peng, vicepresidente sénior corporativo y presidente de ventas y servicios TIC de Huawei, mostró cómo los operadores pueden “lograr el éxito empresarial en el ámbito de 5G y cómo 5.5G desbloqueará aún más el potencial de las redes y creará nuevas oportunidades para la industria y las empresas”.

Con los datos que maneja Huawei, el 20% de los usuarios de móviles a nivel global utilizan 5G, generan el 30% de todo el tráfico móvil y contribuyen al 40% de los ingresos totales por servicios móviles. Para ir un paso más allá, Li Peng explicó que “5.5G entrará en uso comercial en 2024, y a medida que converja con la IA y la nube, los operadores podrán liberar el potencial de nuevas aplicaciones y capacidades”.

De hecho, según este responsable, “las operadoras de todo el mundo deberían centrarse en redes de alta ca-

lidad, monetización multidimensional, servicios emergentes e IA generativa para aprovechar estas oportunidades”.

Una de estas oportunidades, que ya se han puesto en marcha en algunos mercados asiáticos, pasa por permitir a los usuarios de móviles comprar mejoras de experiencia con servicios de conectividad de alta calidad. De hecho, se espera que el tráfico generado por estos usuarios aumente significativamente, lo que permitirá a los operadores maximizar el valor del tráfico.

A nivel industrial, 5G ha ido ganando terreno en múltiples industrial, y se espera que con el desarrollo que se inicia de 5.5G, con nuevas capacidades como la latencia determinista, el posicionamiento preciso e IoT pasivo, creen aún más oportunidades para los operadores en el mercado B2B.

Con todo, este responsable de Huawei se comprometió a trabajar con los operadores para “desbloquear el potencial de 5G y 5.5G para lograr un nuevo e increíble crecimiento”.

UN NUEVO MODELO BÁSICO DE TELECOMUNICACIONES

Yang Chaobin, miembro del consejo de administración y presidente de productos y soluciones TIC de Huawei, dio a conocer en Barcelona el



INTELLIGENT FACTORY

Aprovechando la cita catalana, Huawei ha anunciado la solución Intelligent Factory con el objetivo de “profundizar en las industrias, y crear un futuro mejor, más verde e inteligente”.

En palabras de Liu Chao, CEO de Huawei Manufacturing and Large Enterprises Business Unit, “la integración de la tecnología digital y la economía real está avanzando. Huawei continuará aprovechando la innovación tecnológica y el conocimiento de la industria para proporcionar productos y

soluciones inteligentes que cubran toda la cadena de valor de las empresas manufactureras. También colaboraremos con socios para servir mejor a los clientes finales”.

El objetivo de esta solución es ayudar a las empresas a actualizar su infraestructura TIC para acelerar la investigación y el desarrollo de productos y la innovación, mejorar la eficiencia de la producción al tiempo que reduce los costes y garantizar operaciones empresariales optimizadas y sostenibles.

HUAWEI HA PRESENTADO UNA GAMA DE PRODUCTOS Y SOLUCIONES 5.5G, F5.5G Y NET5.5G PARA MÚLTIPLES ESCENARIOS EN BARCELONA

primer modelo básico de telecomunicaciones que ha mostrado la firma.

Este modelo, según la compañía, “proporciona tecnologías inteligentes que respaldan la innovación de los servicios, mejoran la eficiencia de las operaciones, revolucionan la productividad de las redes y hacen realidad los objetivos de inteligencia en materia de 5.5G”.

Yang Chaobin ha explicado que “el modelo básico aprovecha los puntos fuertes de Huawei en tecnología inteligente y ofrece dos tipos de aplicaciones: guías o copilotos basados en roles y agentes basados en escenarios. De este modo, se ayudará a los operadores a capacitar a los empleados y a mejorar la satisfacción de los usuarios, lo que, a su vez, mejorará la productividad de la red”.

Este modelo permite a los operadores ser más digitales mediante el soporte de interacciones inteligentes en lenguaje natural para diferentes funciones con el fin de mejorar el conocimiento y la eficiencia de los

empleados. También proporciona aplicaciones de agentes inteligentes para diferentes escenarios de operaciones, que analizan y descomponen procesos complejos y orquestan soluciones de operaciones para garantizar la experiencia y la satisfacción del usuario. ■

HUAWEI EN MWC 2024

Ponencias, congresos y un completo stand con las diferentes propuestas tecnológicas de la compañía, fueron los diferentes puntos de interés de la presencia de Huawei este año en Barcelona

MÁS INFO +

» [Huawei en Mobile World Congress 2024](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



QNAP

TS-h1277AXU-RP

TS-h1677AXU-RP

Proteja los datos de su empresa con el NAS ZFS de coste optimizado

Libera el potencial de nivel empresarial con AMD Ryzen™ Serie 7000

El procesador AMD Ryzen™ Serie 7000 libera el potencial de DDR5 y M.2 PCIe Gen 5 en la plataforma AM5 de última generación para hacer frente a cargas de trabajo pesadas.

Abundantes capacidades de E/S con expansión PCIe Gen 4

Tres ranuras PCIe Gen 4 ofrecen diversas posibilidades de ampliación mediante la instalación de tarjetas de 25 GbE, tarjetas de ampliación de almacenamiento SAS o tarjetas Fibre Channel.

Rendimiento de transferencia de alta velocidad con conectividad de 2,5 GbE y 10 GbE

Dos puertos de 2,5 GbE y dos de 10 GbE aceleran la transferencia intensiva de datos y admiten Port Trunking para mejorar el rendimiento y la tolerancia a fallos.

Prepárese para los petabytes de big data empresarial

Consiga un almacenamiento de nivel PB preparado para el futuro conectando hasta ocho unidades TL-R2400PES-RP PCIe JBOD de 24 bahías al TS-h1277AXU-RP y TS-h1677AXU-RP.

QNAP

Serie PCIe JBOD


TL-R1200PES-RP

Cree almacenamiento a escala de petabyte sin salirse del presupuesto



PB Utiliza discos SATA para almacenamiento a escala PB

TL-R1200PES-RP utiliza discos duros SATA, lo que proporciona una mayor capacidad de elección a la hora de seleccionar unidades de alta capacidad.


 Ampliación del grupo de almacenamiento NAS

Puede ampliar los grupos de almacenamiento existentes en el NAS host simplemente añadiendo nuevos RAID creados en el TL-R1200PES-RP. No es necesario volver a crear RAID ni realizar configuraciones complicadas.

64 Gbps Velocidad de hasta 64 Gbps

Interfaces USB 3.2 Gen 2 que proporcionan hasta 10 Gbps. Con PCIe Gen 3 x8, el TL-R1200PES-RP admite una velocidad de conexión de hasta 64 Gbps.

*Las velocidades de transferencia reales dependen de la ranura PCIe del NAS host y de los dispositivos de almacenamiento utilizados.

 Encendido/apagado vinculado con el NAS QNAP host

¡Ahora compatible! El estado de encendido del TL-R1200PES-RP está vinculado con el NAS host, lo que ayuda a reducir las tareas de gestión de hardware para el personal de TI.

www.qnap.com

QNAP SYSTEMS, INC.

Copyright © 2024 QNAP Systems, Inc. All rights reserved.

QNAP SYSTEMS, INC.

Copyright © 2024 QNAP Systems, Inc. All rights reserved.

www.qnap.com

EL INFORME DE CIBERAMENAZAS 2024 DE SONICWALL MUESTRA UN PANORAMA PREOCUPANTE CON AMENAZAS MÁS COMPLEJAS Y VERSÁTILES

El número de ataques y amenazas detectadas por el fabricante se incrementa de forma inquietante, y España ya se ha colocado en el Top5 de países con más ataques de malware.

➤ MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ

Como viene siendo habitual, SonicWall ha presentado su informe anual de ciber-amenazas y en él se detallan algunas tendencias que muestran que, por una parte, las amenazas son cada día más complejas y profundas, y, por otra, que la visión tradicional de la seguridad no es suficiente para las organizaciones, lo que lleva a SonicWall a destacar la necesidad de contar con proveedores de servicios gestionados especializados en ciberseguridad como mejor manera de proteger a las organizaciones.

Tal y como ha indicado Bob VanKirk, presidente y CEO de SonicWall, “el

Informe de Ciberamenazas 2024 de SonicWall revela que el panorama de las amenazas sigue creciendo en complejidad y profundidad a medida que los ciberdelincuentes adoptan nuevas tácticas y plataformas”.

De hecho, según este responsable, “ha quedado claro que la seguridad de red convencional ya no es suficiente. Los profesionales de la seguridad necesitan ayuda para hacer frente al abrumador volumen de

ciberataques y proteger desde el endpoint hasta la nube. Especialmente a medida que la nube se convierte en una realidad indispensable para las empresas, el papel de los MSP está pasando del mantenimiento técnico a elevar el listón en materia de seguridad de sus clientes”.

AMENAZAS CRECIENTES Y MÁS COMPLEJAS

Pero ¿cuáles son los aspectos más destacados de la edición 2024 del informe? Según la investigación publicada por SonicWall, las cifras globales de ataques aumentaron, totalizando más de 1.000 millones de intentos, en comparación con el mismo período del año pasado. Es decir, se ha detectado un incremento superior al 20% de los intentos globales de ataques a medi-



2024 SONICWALL CYBER THREAT REPORT

DESCARGAR

Fuente: 2024 SonicWall Cyber Threat Report.

da que las amenazas diversifican sus tácticas. Además, el ransomware se ha ido intensificando a lo largo del año, alcanzando el punto máximo durante los meses de verano, cuando el incremento casi alcanzó el 40%.

Claro que, si hablamos de crecimientos, el premio se lo lleva el cryptojacking, que creció un 659% en todo el mundo. Aunque no ha sido la única amenaza creciente, porque tanto los exploits IoT (+15%) como las amenazas cifradas (+117%) también han presentado incrementos notables.



Con todo, desde SonicWall destacan que la compañía ha descubierto 293.989 variantes de malware “nunca vistas” hasta la fecha, lo que supone una media de 805 al día.

Y, en lo que nos toca más de cerca, España se ha colocado en el puesto número 5 en cuanto a ataques de ransomware total a nivel

mundial, a pesar de haber descendido un 36% respecto al año anterior.

Por todo esto, desde SonicWall demandan a las organizaciones un cambio de estrategia. En palabras de Michael Crean, vicepresidente ejecutivo de servicios de seguridad gestionados de SonicWall, “cuando se trata de proteger sus activos más valiosos, las organizaciones deben permanecer alerta y desplegar medidas de ciberseguridad proactivas, centrándose en las amenazas que realmente importan. Las organizaciones demandan un enfoque integrado para la protección contra amenazas gestionada de extremo a extremo que permita a los MSP ayudar a los clientes a navegar por el panorama de la ciberseguridad con confianza y resiliencia, lo que les proporciona una clara ventaja competitiva”.

NO SOLO LAS GRANDES ORGANIZACIONES ESTÁN EN RIESGO

Aunque el ransomware sigue siendo una gran amenaza, los investigadores de SonicWall Capture Labs esperan un conjunto más amplio de acciones en 2024, dirigidas específicamente a pymes, gobiernos y empresas.

Entre las amenazas que señalan los responsables de la investigación, des-

tacan además del malware y el ransomware más tradicionales, las que se ciernen sobre los dispositivos IoT o las amenazas cifradas, un enfoque más silencioso, que el año pasado se incrementó un 117%.

En este sentido, Sergio Martínez, Iberia regional manager de SonicWall, apunta que “siempre hemos destacado este último punto como una tendencia, y el informe nos da la razón este año. El canal cifrado constituye el gran Caballo de Troya de las organizaciones y es hora de poner foco en él para evitar que lo use el cibercrimen como túnel de entrada en nuestras infraestructuras”. ■

MÁS INFO +

- » [2024 SonicWall Cyber Threat Report. Descargue el informe completo](#)
- » [Entrevista a Sergio Martínez, Country Manager de SonicWall](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

ESPRINET IBÉRICA LANZA UNA NUEVA DIVISIÓN DE PAPELERÍA

➤ RICARDO GÓMEZ

Esprinet Ibérica continúa ampliando su oferta para abarcar todas las necesidades de sus clientes, desde tecnología a otros productos y soluciones importantes para su trabajo diario y para ampliar su propio negocio. Siguiendo este camino hacia convertirse en un mayorista 360°, ha anunciado la creación de una nueva división especializada en papelería, que cuenta con un amplio catálogo de artículos des-

tinados principalmente a las oficinas. Como explica Marcos Cristobal, Business Unit Manager de la BU Papelería en Esprinet Ibérica, “más allá de productos tecnológicos, el cliente necesita otras tipologías en función de sus negocios, tanto para consumo interno como para ofrecer a sus clientes, y por eso queremos posicionarnos en su top of mind como tal, facilitándoles su día a día y sin tener que buscar lo que necesitan en otros mayoristas o distribuidores”. Destaca que en esta nueva división los clientes van a encontrar todo lo que necesitan y que “además,

siempre tendrán un equipo especializado en esta división para ayudarles”.

RESPUESTA A LAS NECESIDADES DEL MERCADO

En Esprinet perciben que el mercado actual está muy diversificado y que la demanda se basa cada vez más en la diferenciación, y para seguir atendiendo se han propuesto ampliar su portfolio, aprovechando la fuerza de los servicios y la capilaridad de la compañía para ofrecer una respuesta integral a las necesidades de los clientes. Marcos Cristóbal menciona que ciertas

A comienzos de febrero Esprinet Ibérica anunció la creación de una nueva división dedicada a productos de papelería, que ha iniciado su andadura con un catálogo de más de 15.000 referencias. Con este lanzamiento la compañía ha dado un paso más para convertirse en un proveedor 360°, capaz de ofrecer a sus clientes soluciones que cubran todas las necesidades de su negocio.



categorías se suman a las tradicionales del mercado, como por ejemplo los juegos y juguetes, y considera que en Esprinet “los clientes encontrarán una solución cómoda y completa para sus negocios”.

UN AMPLIO CATÁLOGO DE PRODUCTOS

La nueva división de papelería de Esprinet abarcará algunas de las ca-

tegorías que ya se encontraban en el catálogo de la compañía, añadiendo otras muchas que son novedad y que suman más de 15.000 referencias. Esto incluye todo tipo de productos para escritura y material escolar, etiquetado, soluciones de impresión y papel, archivos, mobiliario de oficina, para servicios generales y nuevos TPV y otros productos para la categoría de POS, entre otros. ■

MÁS INFO +

- » [Esprinet cierra 2023 con una Posición Financiera Neta positiva de 15 millones de euros](#)
- » [Esprinet funda el mayorista de tecnología verde Zeliatech](#)

III EDICIÓN DE LOS PREMIOS DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO DE LA FP

La Asociación de Centros de Formación Profesional FPEmpresa y Grupo Esprinet [han anunciado](#) la convocatoria de la tercera edición de estos premios, cuyo objetivo es destacar el talento femenino en las ramas de formación profesional donde tiene menor representación. En esta edición, participantes de centros públicos, concertados y privados tendrán desde el 15 de marzo hasta el 10 de abril para idear una solución tecnológica que contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, promoviendo además la igualdad de género. El 31 de mayo de anunciarán los tres equipos ganadores, que recibirán premios por valor de 5.500, 4.000 y 2.500 euros.



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

ESPRINET FUNDA EL MAYORISTA DE TECNOLOGÍA VERDE ZELIATECH

El pasado 5 de febrero el Grupo Esprinet [anunció](#) la creación del primer mayorista europeo de tecnología verde: Zeliatech. Esta nueva compañía tiene como objetivo apoyar los esfuerzos del grupo para impulsar la digitalización y la sostenibilidad a través de la tecnología. Para ello se dedicará a la distribución, venta y alquiler de soluciones inteligentes para energía fotovoltaica, carga para vehículos eléctricos, edificios inteligentes y centros de datos ecológicos. Además, en el futuro ofrecerá servicios relacionados y de valor añadido. Giovanni Testa, director

de Operaciones del Grupo Esprinet, explica que “no hay transición verde sin transición digital”, y por ello han decidido abordar este mercado de tecnología verde transfiriendo habilidades y soluciones a esta nueva compañía. Por su parte, Sergio Grassi, country manager de Zeliatech en Italia, señala que están “comprometidos a

estar entre los líderes en la adopción y promoción de tecnologías que contribuyan a un futuro sostenible”, y quieren posicionarse en el centro de este ecosistema, colaborando con partners, proveedores y clientes “para crear un sistema empresarial capaz de promover la transición verde a través de la tecnología”.





Juntos, transformamos tu negocio
Descubre el programa e-volucionana de Esprinet



**¡Descarga la app Atrivity
y únete a e-volucionana hoy!**
Escanea el código QR
de App Store o Play store:

DISPONIBLE EN
 **Google Play**



Consíguelo en el
 **App Store**



INGRAM MICRO PREPARA LA 21ª EDICIÓN DE SU SIMPOSIUM ANUAL

El próximo 10 de octubre Ingram Micro celebrará de nuevo su Symposium, el evento anual en el que reúne a sus partners y socios del canal para mostrar todas las novedades de su portfolio. En su 21ª edición, este encuentro pretende convocar de nuevo a más de 2.500 visitantes para disfrutar de una agenda llena de actividades, talleres, ponencias y demostraciones de tecnología.

➤ RICARDO GÓMEZ

Un año más Ingram Micro prepara su [Simposium anual](#), que en esta edición cumple 21 años y repite la ubicación que albergó su 20 aniversario, en la Fira Barcelona Gran Vía. La compañía prevé reunir a más de 2.500 visitantes el 10 de octubre para dar a conocer todas las novedades de su catálogo, bajo el lema ‘Redefiniendo la distribución’. En su anuncio, Jaume Soler, director general de Ingram Micro, destaca que el Simposium 2024 volverá a convertirse en “el punto de encuentro de encuentro de los profesionales del Canal y



el sector IT en el mundo”. Para ello están preparando una amplia “agenda de actividades, talleres, ponencias y demostraciones que servirán para

comprender los rápidos avances que se suceden cada día, y que requieren ser explicados por parte de profesionales para saber hasta qué pun-

to pueden resultar de utilidad para empresas y usuarios”.

NETWORKING COMO PILAR DEL ENCUENTRO

El networking será uno de los pilares fundamentales del Simposium 2024, y para ello habrá zonas exclusivas pensadas para facilitar la interacción entre los visitantes y fomentar las oportunidades de negocio. Jaume Soler recalca que este tipo de eventos “son clave para el crecimiento de las empresas, sobre todo en lo que respecta a la digitalización, donde contar con partners de confianza es la única receta para hacerlo bien”. Además, las diferentes actividades, talleres y charlas

que se celebrarán durante el evento proporcionarán información clave sobre tecnología y experiencias prácticas a los asistentes, ayudando a comunicar mejor el alcance de las nuevas propuestas de Ingram Micro y sus socios para el canal. En las próximas semanas se conocerán más detalles sobre la agenda y se abrirá el [registro online](#) para los interesados en asistir al 21º Symposium de Ingram Micro.

IMPULSANDO LA DIGITALIZACIÓN

Una de las misiones que Ingram Micro se ha impuesto es actuar como facilitador de la digitalización del canal y del tejido empresarial español, aportando tecnologías que impulsen el negocio para todas las partes, como su plataforma Xvantage. En palabras de Jaime Soler, “Xvantage es el gemelo digital de Ingram Micro, donde nuestros clientes pueden conocer todas

las soluciones y productos que ofrecemos, obtener asesoramiento personalizado y gestionar toda su tecnología sin complicaciones. Si trasladamos ese conocimiento también al mundo físico en eventos como el del 10 de octubre, lo que conseguiremos es que la digitalización de las empresas españolas sea más profunda, eficiente y útil para sus intereses. Ese es nuestro objetivo”. ■

MÁS INFO +

» [Ingram Micro anuncia la próxima edición de su Symposium anual](#)

» [SonicWall nombra a Ingram Micro mejor distribuidor del año en España](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

INGRAM MICRO, MEJOR PARTNER DE DISTRIBUCIÓN DE CISCO EN ESPAÑA

El fabricante Cisco ha concedido a Ingram Micro el premio como **Mejor Partner de Distribución en España** durante el año fiscal 2023, reconociendo su labor como evangelizador en la venta de servicios gestionados, logrando certificar a un gran número de partners como proveedores y aumentando más de un 20% la venta de soluciones de software recurrente. Durante la entrega de

premios Alberto Pascual, director ejecutivo de Ingram Micro, comentó que “para Ingram Micro es un verdadero honor ser reconocidos por un ícono de las comunicaciones como es Cisco”, y que “servirá para seguir trabajando de forma incansable para lograr mejores procesos de digitalización para las empresas y una propuesta de valor sincera, de calidad y adaptada a las necesidades reales de cada cliente”.

ECOVADIS ENTREGA LA MEDALLA PLATINUM A INGRAM MICRO

El proveedor de calificaciones de sostenibilidad EcoVadis ha reconocido la labor de Ingram Micro en materia de ESG con la **medalla Platinum**, el reconocimiento más alto que concede la entidad. John Marler, director global de ESG en Ingram Micro, ha

agradecido la concesión de este importante sello, que considera



“un hito emocionante que afirma nuestro compromiso con las prácticas comerciales responsables y nuestra capacidad para tomar medidas significativas que impulsen un sólido desempeño ESG”.

Ready for the Next Adventure



EXCERIA HIGH ENDURANCE



EXCERIA PLUS



EXCERIA G2

#ENTREVISTA

Este año veremos cómo maduran los modelos de inteligencia artificial

VÍCTOR BLANCO RODRÍGUEZ, CHIEF INFORMATION DIGITAL AND CYBERSECURITY OFFICER EN CEPSA

Los principales desafíos de la ciberseguridad son, para Víctor Blanco Rodríguez, Chief Information Digital and Cybersecurity Officer en Cepsa, la complejidad y dinamismo del panorama de amenazas, la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, y la

escasez de talento cualificado. 2024 se presenta como un año complejo, en el que las empresas deberán hacer frente a numerosos retos. Conocemos la visión del directivo acerca del panorama de la seguridad actual y cómo trabajan desde Cepsa para asegurar sus activos más preciados en esta entrevista.



¿Cómo describiría su papel de CISO y su evolución dentro de la empresa?

Como CISO, mi función principal es la de gestionar los riesgos, lógicamente, de seguridad de la información y de las tecnologías, los riesgos TIC de la compañía. Así también como definir e implementar la estrategia, las políticas y los estándares de seguridad para Cepsa. A pesar de que yo llevo poco más de dos años en Cepsa, tengo una experiencia en otras posiciones previas en otras compañías y vengo arrastrando este cargo junto con el CEO desde hace ya bastante tiempo.

¿Cuál es el mayor reto de un desafío como supone el papel de CISO?

En una compañía tan grande el mayor desafío es mantener la seguridad de la compañía, sobre todo en un panorama mundial y local de amenazas cada vez más complejo y dinámico que implica actores maliciosos de diversa índole, delincuentes comunes hasta ciberdelincuentes que están amparados por estados o naciones. Quizá puede impactar a algunas personas, pero existen países detrás de algunos ataques y muchas veces las comunicaciones y la información está



ciertamente comprometida y controlada por ellos directamente.

Además, la transformación digital y la adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, el internet de las cosas, hacen que, al final, la superficie de ataque para estos cibercriminales sea mayor. Entonces, al final tienes que estar más al día, tienes que cubrir más aspectos y se requieren soluciones que se vayan adaptando, soluciones basadas en nuevas tecnologías, como puede ser, evidentemente, la inteli-

gencia artificial, que ya estamos un poco analizando y estudiando, viendo cómo nos puede ayudar.

Y, por otro lado, está la cuestión regulatoria: la regulación en tecnología es dinámica, a veces va con retraso, parece que siempre va primero la tecnología y luego la regulación. Y es lógico que las normas no puedan ir a la velocidad que evolucionan las tecnologías.

Pero las normativas en materia de seguridad, protección de datos, también son retos que nos exigen

los organismos reguladores y con los que tenemos que cumplir por requisitos legales y sobre todo por la imagen que damos a nuestros clientes y a las autoridades, evidentemente.

Y por último, para mí, asegurar las operaciones. Al final, teniendo en cuenta el negocio al que nos dedicamos, debemos asegurar la continuidad de las operaciones porque tiene un impacto importante en el ámbito de la energía. Y también evitar y controlar la exfiltración de información confidencial.

¿Cuáles son las prioridades de la estrategia de seguridad de una empresa como CEPSA?

Empezaría por cómo he terminado la cuestión anterior, hablando de las filtraciones, lo que en el mundo tecnológico se conoce como DataLost Prevention, DLP. es decir, proteger la información y los activos críticos de la compañía, garantizando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Prevenir y mitigar los posibles impactos de los ciberataques a la continuidad de negocio, prevenir el impacto reputacional y la rentabilidad de la compañía, contribuir también, además,

a la transición energética y a la sostenibilidad mediante el uso de tecnologías que todavía están por venir, pero que todavía no están suficientemente maduras.

¿Y las mayores preocupaciones?

La posible interrupción o sabotaje de las operaciones en las infraestructuras que tenemos, que podrían llegar a afectar, el suministro y la seguridad de los clientes y de la sociedad. Al final, Cepsa distribuye energía, comúnmente como todo el mundo conoce, en forma de estaciones de servicio, con lo cual un corte o una caída en ese suministro, podría tener consecuencias realmente dramáticas.

Pero también la pérdida o el robo de la información sensible o confidencial de nuestras operaciones u operaciones futuras, inversiones o estrategias en las que estamos trabajando, que también podrían comprometer nuestra competitividad y medrar la confianza de la empresa. Y sin dejar de lado, que estos ciberataques pueden impactar en nuestras operaciones, en nuestras infraestructuras industriales, y podrían provocar consecuencias catastróficas y tener repercusión en vidas humanas

“DEBEMOS ASEGURAR LA CONTINUIDAD DE LAS OPERACIONES PORQUE TIENE UN IMPACTO IMPORTANTE”

o en heridos como ya ha sucedido en alguna ocasión.

¿Cuáles son los ciberataques que más le preocupan hoy en día y que más afectan al sector de la energía?

Los que tienen que ver con infraestructuras industriales, los conocidos ICS, sistemas de control industrial, que son aquellos sistemas OT, que gestionan las operaciones y las infraestructuras de nuestras plantas. Aquellos que pueden afectar a la red de transporte, distribución o estacionamiento de servicios.

Estos ataques pueden causar daños físicos, apagones, que cambien la calidad del producto que servimos o incluso impactar al precio de la energía, así como a la salud y seguridad de las personas.

En el mundo son conocidos ataques que han afectado a infraes-

tructuras como el de STUXNET, que afectó a las centrifugadoras nucleares de Irán. También se han dado ataques a la red eléctrica de Ucrania en los últimos dos años, que dejaron sin luz a millones de bares. Tenemos ataques a oleoductos, es decir, que son ataques que se dan y que tienen un impacto muy significativo e inmediato.

¿Y qué tecnologías o modelos de ciberseguridad son por los que están apostando desde Cepsa para mejorar esta protección?

Bueno, en Cepsa la temática de ciberseguridad la trabajamos de manera combinada entre un equipo interno, que está diseminado entre la organización de corporación y los distintos negocios, apoyándonos en nuestro proveedor de confianza, compartiendo muchísimo conocimiento entre los distintos grupos de trabajo. En Cepsa necesitamos un proveedor, como el que tenemos, que nos aporte dinamismo, que esté a la última, que sea capaz de anticiparse a lo que va a suceder.

En cuanto a tecnologías futuras, te diría que estamos apostando por tecnologías y modelos de seguridad que nos permitan mejorar la protec-



“APOSTAMOS POR MEJORAR LA PROTECCIÓN FRENTE A LAS AMENAZAS ACTUALES Y FUTURAS”

VÍCTOR BLANCO RODRÍGUEZ,
Chief Information Digital
and Cybersecurity Officer
en Cepsa

ción frente a las amenazas actuales y futuras. Necesitamos adaptarnos a las necesidades y expectativas de nuestros clientes y de la sociedad, y también conocer tecnologías que no son totalmente maduras.

La inteligencia artificial está ahí, se sirve en un montón de sabores, se sirve en un montón de proveedores, de fabricantes, pero tenemos que encontrar esos casos de usos reales que nos permitan extraer todo el potencial de las nuevas tecnologías porque realmente todas las compañías, de cualquier tipo de industria, estamos trabajando en ello pues es una tecnología muy nueva.

Algunos ejemplos son las plantas que vamos creando o reformando, que ya vamos digitalizando nativamente. Tenemos mucha más sensórica, tenemos mucha más data que fluye, evitamos procesos manuales y todo eso nos permite monitorizar y medir en remoto las plantas, y por tanto actuar tanto en prevención de posibles incidentes, como en una monitorización proactiva que nos permita anticiparnos a eventos de ciberseguridad que puedan suceder.

Además, incorporar la inteligencia artificial, el IoT, el digital twin, todo

esto para mejorar la eficiencia y la seguridad de las operaciones.

¿Espera un cambio significativo en este 2024? ¿Qué cree que veremos en los próximos meses?

Creo que veremos cómo maduran los modelos de inteligencia artificial, cómo pueden apoyar a esa prevención, a esa detección. Veremos casos de uso muy aterrizados por distintos proveedores de la industria. Lamentablemente también veremos algún ataque significativo.

Y creo que veremos también cómo hay una unión de las distintas industrias reuniéndose en torno a la ciberseguridad y que nos daremos cuenta, una vez más, de que no es una temática en la que haya un business as usual, un base line. Es una temática totalmente viva que exige mucha proactividad, que exige equipos dedicados y eso me lleva a la parte de las personas. El panorama de ciberseguridad exige que se formen profesionales cualificados, ya empieza a haber titulaciones específicas de ciberseguridad. Yo soy ingeniero informático y cuando yo estudié no la había: estaba el grado, la diplomatura, la licenciatura en ingeniería informática, con especialidades en gestión de redes o

sistemas, pero ni siquiera había especialidad en ciberseguridad. Ahora ya hay carreras específicas.

Y bueno, invito a cualquiera que se esté planteando qué puede estudiar en el futuro, que esta es una buena salida profesional. Hay una demanda altísima. Hay una escasez de profesionales cualificados y ese también es un reto porque eso nos lleva a la rotación. Lamentablemente, son profesionales muy demandados y la rotación es alta. Entonces, lo que tenemos que proponer las compañías, más que un abanico de condiciones, y no solo me refiero a las económicas, son proyectos que tiren de la gente joven. Y creo que la apuesta que ha hecho Cepsa cambiando su estrategia, que históricamente ha estado enfocada en combustibles fósiles, ir a ese positive motion que tanto está vendiendo Cepsa, que trajo [Maarten](#) hace casi dos años bajo el brazo, y que cambia la estrategia de la compañía es un punto a favor para que los profesionales que están iniciando su andadura laboral se inclinen a elegir Cepsa sobre otra compañía y esa retención y atracción de talento en ciberseguridad va a ser clave en los próximos años. ■

“ EL PANORAMA DE CIBERSEGURIDAD EXIGE QUE SE FORMEN PROFESIONALES CUALIFICADOS ”

MÁS INFO +

- » [Claves para proteger las infraestructuras OT](#)
- » [Publicadas NIS2 y DORA, las normativas que refuerzan la ciberseguridad y la resiliencia en la UE](#)
- » [¿Cuáles son los problemas más frecuentes a la hora de proteger un entorno OT?](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

#ENTREVISTA

“La gestión del dato está cobrando mucha importancia en la empresa”

JAVIER LUQUE, CIO DE SP GROUP PACKAGING

➤ ARANCHA ASENJO / RAFA M. CLAUDÍN

La nube y la inteligencia artificial generativa se han convertido en las dos principales herramientas para tener éxito en la transformación de las empresas. Un buen ejemplo de ello es SP Group Packaging, una compañía líder en la fabricación de materiales plásticos, especialmente dirigidos al sector de la

alimentación. La empresa dispone de tres fábricas, una en su sede central de Córdoba, otra en Espiel, en la que hacen el material semi-rígido, y la última en Francia, prácticamente con las mismas capacidades que la de Córdoba. Javier Luque, CIO de SP Group, nos explica la evolución tecnológica de la compañía.



Háblenos de la infraestructura tecnológica que soporta las operaciones de las tres fábricas de la compañía.

Nosotros damos servicio a las tres plantas. Actualmente tenemos gran parte de la infraestructura on premise, pero estamos haciendo un proyecto de migración a la nube para aumentar la disponibilidad y también para la previsión frente a desastres inesperados. Damos servicio a todas las áreas de la empresa, desde comercial hasta facturación y contabilidad. Es decir, desde el principio hasta el fin del proceso. Nos encargamos del desarrollo. Abordamos hace tiempo el proyecto de desarrollo de un ERP propio y también damos soporte, tanto en infraestructura como en software. También tratamos el servicio de sistemas de comunicaciones y, por supuesto, la gestión del dato, que está cobrando mucha

importancia en la empresa por el momento en que nos encontramos.

Respecto a los datos, ¿de qué manera los están gestionando y qué proyectos tienen alrededor de ellos?

Acabamos de empezar un proyecto que a mí me hace mucha ilusión, creo que es un proyecto muy completo y además muy ambicioso. Se llama Atenea y se trata de construir una plataforma de datos que sirva a toda la empresa. Nosotros, como te he dicho, hicimos durante mucho tiempo un esfuerzo grande en construir nuestro ERP y gracias a eso tuvimos muchos datos

que hasta el momento no teníamos. El problema se convirtió en quién puede obtener información de ese nuevo ERP, de esa nueva base de datos. Un gran esfuerzo en diseñar una base de datos que sea escalable, que esté bien hecha, pero ¿cómo obtenemos la información?

A partir de ese momento, empezamos a construir una serie de consultas, de activos de datos, que sabíamos que servían para comprender la marcha de la empresa. Es decir, cuánto hemos producido, cuál es el desperdicio o cuál es el margen, todo ese tipo de cosas. El problema es que ese crecimiento no fue todo lo controlado que podría ha-

ber sido. Tenemos varias personas, no del mismo departamento, que tienen la capacidad de producir información y la comunicación no siempre fue buena, lo cual quiere decir que nos encontramos con consultas repetidas, con versiones diferentes. En el punto en el que estamos, en que tenemos consultas que realmente dan información fidedigna en la que todos confían, necesitábamos aglutinarlo todo en una misma plataforma y de eso se trata el proyecto.

Para empezar, vamos a construir un nuevo almacén de datos, un data warehouse basado en una base de datos columnar, perfecto para consultas analíticas en contraposición al sistema transaccional orientado a filas. Ya hemos hecho algunas pruebas experimentales y consultas que anteriormente tardaban minutos, ahora tardan segundos, así que hemos ganado mucho. Esta carga del almacén de datos además se hará en tiempo real, con esto dejamos atrás los procesos de ETL, que duraban horas, lo cual hacía que no nos pudiéramos permitir tener información hasta prácticamente al final de cada turno de producción. Gracias a las mejoras en las comunicaciones y también la capacidad de computación, ahora sí que podemos hacer esto.

**ENTREVISTA >> JAVIER LUQUE, SP GROUP PACKAGING**

“ NO EXISTE LA
TECNOLOGÍA POR LA
TECNOLOGÍA, AL MENOS
NO EN UNA EMPRESA ”

Tenemos muy buena infraestructura, base de datos muy rápida, pero ¿cómo solucionamos el problema de la comunicación entre departamentos? Vamos a implementar un catálogo de datos que se encarga de indexar todos los activos que nosotros tenemos, las tablas, las consultas, las vistas. Y esto nos mete en el maravilloso mundo de la gobernanza de datos. A partir de ahora las consultas, los datasets, tienen un responsable, tienen un dueño que se encarga de manejarlos, de documentarlos. Todo el mundo sabe para qué sirve y además recibe una notificación cuando algo cambia. Esto es un gran cambio para nosotros. Seguimos disponiendo de la capacidad de personas diferentes en departamentos en toda la empresa que pueden generar información. Pero ahora todos los demás saben que eso existe.

Para las personas que tienen capacidad de coger un dataset y utilizarlo está muy bien. Pero qué pasa con las personas que no saben SQL o no pueden montarse un informe de Power BI. En ese caso tenemos previsto alimentar también el catálogo de datos con términos de negocio. Todo el mundo entiende que hay un pedido, el desperdicio, el margen, eso lo entienden todos. Entonces con el catálogo de datos conseguimos relacionar términos de negocio

con activos de datos. Creemos que es el camino para conseguir el autoservicio, pero sobre todo también una única fuente de datos. Ahora ya no existe la preocupación de si será la última versión de este activo la que estoy usando, ahora sabemos a ciencia cierta que lo va a ser. Entonces creemos que esto va a ser un gran cambio para la compañía. Me hace mucha ilusión y estamos todos muy contentos con este proyecto.

Respecto a la migración al cloud, ¿cómo la están haciendo? ¿Cuáles son los puntos clave de ese proyecto?

Los puntos clave de este proyecto son saber para qué quieres utilizar el Cloud, qué esperas de él. Cuánto beneficio he esperado obtener, pero también hacer la relación entre el beneficio y el coste. Para nosotros está muy claro que lo que necesitamos es que las fábricas estén funcionando siempre, las 24 horas. De hecho, físicamente lo están haciendo. Nosotros tenemos que dar ese mismo soporte desde la infraestructura. Ya tenemos dos CPD separados físicamente, lo que estamos haciendo es construir un tercer nodo, de manera que todos nuestros sistemas estén siempre disponibles. Al menos, el más crítico, que para nosotros es el ERP. Somos una empresa que se encamina no al cliente final, sino a

otras empresas. Entonces, nos podemos permitir cierto tiempo de parada, pero muy pequeño. La capacidad de producción de las máquinas es muy alta y no podemos hacer que los operarios no puedan etiquetarlas o no puedan meterlas en el sistema. No dependemos de millones de usuarios que están en una web desde su casa, pero sí de muchos miles de kilos de bobinas que se acumulan si el sistema no funciona.

Precisamente por el plástico que ustedes producen, SPG está muy concienciada con el tema de la sostenibilidad. ¿De qué manera ayuda la tecnología a este propósito?

La gran mayoría de las mejoras que se hacen en el plástico provienen del departamento de I+D. Ellos son químicos y saben cómo hacer la mejora. Al final, los esfuerzos se dirigen a hacer material que sea reciclable, materiales que sean biodegradables, que sean compostables. Y nuestra manera de aportar es hacer su vida más fácil. En ese sentido, hemos desarrollado un sistema que les permite confeccionar estructuras. Digamos que son las recetas. La máquina que fabrica el plástico se llama extrusora y eso tiene una receta muy detallada. Cualquier pequeña modificación produce tanto un cambio



“ PARA LA NUBE ES CLAVE SABER CUÁNTO BENEFICIO ESPERAS OBTENER, PERO TAMBIÉN LA RELACIÓN ENTRE EL BENEFICIO Y EL COSTE ”

JAVIER LUQUE,
CIO de SP Group Packaging

en el comportamiento del material, como una repercusión en el coste. Nosotros hemos desarrollado, por supuesto con su ayuda, un sistema que permite tener diferentes versiones de esta estructura y les permite valorar el rendimiento, el comportamiento del material. Y, por supuesto, al departamento de control de gestión le permite también conocer cuál es el coste de cada uno de estos cambios.

Como experto y observador también de la industria, de lo que está pasando a nuestro alrededor y en las innovaciones tecnológicas, ¿de qué manera valora este mercado que estamos teniendo en este año y esta evolución y revolución que ha llegado con la introducción de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial?

Yo creo que hay dos palabras muy importantes que se manejan en cualquier corrillo del sector y son la nube y la inteligencia artificial. En cuanto a la nube, creo que hay que tener muy claro qué beneficios ofrece. Pero sí, indudablemente es algo que tendríamos que haber tenido antes, es muy difícil garantizar un 100% o un 99,9% de disponibilidad de los sistemas cuando se tienen on premise. En ese aspecto la nube es imbatible. ¿Tenemos que abra-

zar todos sus servicios? Probablemente no, se trata de saber qué necesito.

Sobre todo, en momentos en que quizás te puedes permitir una infraestructura híbrida con una parte de los servicios on-premise o simplemente clusterizarlos, de manera que una parte está en una fábrica, otra está en otra fábrica, otra está en la nube. En fin, hay muchas combinaciones y para eso hay diferentes sabores de nube también. Hay muchos proveedores que son capaces de satisfacer las necesidades que cada negocio diferente tiene.

Hay una tercera palabra que no se pronuncia nunca y es “comunicaciones”. Las damos por hecho, están ahí siempre. Igual que cuando compramos un coche damos por hecho que la carretera está. Creo que nada de lo que está pasando con la nube pasaría si las comunicaciones no hubieran mejorado en la manera en la que lo han hecho. Si tenemos una infraestructura híbrida, quizás no podemos permitirnos por la latencia una comunicación síncrona. Puede ser asíncrona y estoy perdiendo algunos segundos, pero es muchísimo mejor que lo que teníamos cuando las comunicaciones no eran tan buenas.

Y la otra palabra, como tú dices, la inteligencia artificial. Sobre todo la generativa, que ha sido la que ha

despuntado muchísimo en este último año. Igual que con la nube, creo que se trata sobre todo de entender cómo funciona, para qué sirve. Y tener un caso de uso claro. Creo que el arte por el arte existe, pero no la tecnología por la tecnología, al menos no en una empresa. Creo que en una empresa hay que tener muy claro para qué sirve cada tecnología. Nosotros, en el caso de la IA generativa, tenemos pensado hacer una ampliación de este proyecto Atenea: conseguir hacer consultas con lenguaje natural.

Eliminamos la necesidad de saber lenguajes de consulta como SQL o cierta formación en Power BI, porque podemos preguntarle al sistema cuánto han crecido las ventas en un país, qué comercial ha mejorado o qué producto no rinden bien. Ese tipo de cosas con lenguaje natural. Es verdad que ya hay soluciones que intentan hacerlo, que son tradicionales, pero creo que con la inteligencia artificial generativa esto va a ganar muchísimo.

El segundo caso de uso que tenemos previsto implantar, o al menos explorar, son sistemas conversacionales en los que los usuarios puedan pedir información. Un buen ejemplo es el del departamento de TI. Soluciones a problemas básicos o quizás no tan básicos como

cómo se instala una impresora o cómo puedo cambiar mi contraseña. Un sistema que sea capaz de responder a partir de un entrenamiento que haya recibido con documentación por nuestra parte. Igual con recursos humanos, por ejemplo. ¿Cuántos días me pertenecen de vacaciones? Voy a tener un familiar hospitalizado, ¿qué posibilidades tengo? Ese tipo de cosas. Empezar por ahí es un buen camino que seguramente después nos puede ayudar quizá a responder preguntas a los clientes. ¿Qué tipo de plástico debería utilizar? ¿Cuáles son las posibilidades de reciclado? ¿Qué pasa si cambio cierto tipo de material? En fin, creo que hay muchísimas posibilidades por explorar en nuestro campo. ■

MÁS INFO 

» [Entrevista a Javier Luque, SP Group Packaging](#)

» [SP Group Packaging](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



¿CONOCES... NUESTRO **CATÁLOGO DE SOLUCIONES?**

En ADM Cloud & Services podemos presumir de tener un extenso conjunto de soluciones con el que podrás cubrir las necesidades de todos tus clientes.

¡Te invitamos a dar una vuelta por nuestro catálogo y seguir conociendo más de las soluciones que tenemos disponibles para ti!

[¡Conocer!](#)

BEST SELLER



Spam Titan HQ

LO MÁS NUEVO



Microsoft Copilot

¡En ADM Cloud & Services encontrarás todo lo que necesitas para ser un verdadero MSP! Además, tenemos un montón de webinars y formaciones técnicas, que no podrás perderte.

¡Te dejamos nuestro calendario!

[¡Ver calendario!](#)

#ENTREVISTA

“La ciberseguridad es ya en una preocupación estratégica”

MIGUEL RODRÍGUEZ,
CRO Y MIEMBRO DEL COMITÉ DE DIRECCIÓN DE THREEMA

Las nuevas normativas que se van a aplicar en Europa tienen una serie de implicaciones para las organizaciones. Para hablar de ellas, hemos entrevistado a Miguel Rodríguez, CRO y miembro del comité de dirección de Threema, que nos explica, asimismo, la importancia para las organizaciones de contar con un canal de comunicación seguro.



El nuevo marco legislativo (NIS2, DORA, CER) que quiere fomentar la resiliencia cibernética de las organizaciones en la Unión Europea. ¿Qué alcance tienen las nuevas directivas para las empresas? ¿Cuáles fueron las conclusiones del whitepaper La importancia de un canal de comunicación empresarial seguro en el contexto de las directivas NIS2, DORA y CER, que han realizado junto a Monereo Meyer Abogados?

Las directivas tienen un amplio alcance y exigen a los órganos de dirección que adopten medidas no solo técnicas, sino también organizativas, que aborden los riesgos de ciberseguridad de forma proactiva. En otras palabras, la ciberseguridad ya no es sólo responsabilidad de los departamentos informáticos, sino que ha evolucionado hasta convertirse en una preocupación estratégica. Además, las empresas deben supervisar los sistemas existentes, identificar las vulnerabilidades y notificar rápidamente los posibles incidentes, como los ciberataques, a las autoridades pertinentes.

Obviamente, es importante que las empresas se aseguren de no confiar en herramientas que son objetivos fáciles para los piratas informáticos

(como, por ejemplo, cuando no ofrecen cifrado de extremo a extremo). Por desgracia, el hecho de que una herramienta siga siendo ampliamente utilizada en el contexto empresarial no significa que sea seguro utilizarla. Además, la conclusión es que, para cumplir con el nuevo marco legislativo, las organizaciones tienen que adoptar un enfoque holístico de la ciberseguridad y planificar de antemano los posibles incidentes. Disponer de un plan de continuidad de negocio es clave.

¿Qué importancia tiene la existencia de un canal de comunicación seguro que garantice la continuidad del negocio en caso de ciberataque? ¿Qué ofrece Threema en este ámbito?

Tener preparado en todo momento un plan de continuidad de negocio hermético es inevitable, ya que en los tiempos que corren ninguna empresa del mundo puede permitirse el lujo de ignorar la posibilidad de un ciberataque. Y una vez que se produce un incidente, lo más importante es disponer de un medio de comunicación seguro para evaluar rápidamente la situación con el equipo de gestión de crisis y restablecer gradualmente el funcionamiento normal de la empresa.

Ahí es donde entra en juego Threema Work. Cuando los canales de comunicación habituales no funcionan o pueden verse comprometidos, las empresas pueden recurrir a Threema Work para asegurarse de que disponen de un medio de comunicación seguro y fiable. Por supuesto, también es apropiado utilizar Threema Work para la comunicación empresarial cotidiana. En particular, las empresas deberían pensar en utilizar una mensajería instantánea segura, al menos para la comunicación entre los mandos directivos, que a menudo contiene información sensible.

El año pasado anunciaron que el Consorcio de Compensación de Seguros ha optado por Threema Work como herramienta de comunicación interna. ¿Qué ofrece Threema a las corporaciones y empresas españolas?

Las empresas no necesitan sufrir un ciberataque para beneficiarse de Threema Work. En primer lugar, Threema Work es una alternativa europea a WhatsApp que cumple con las leyes pertinentes (RGPD, NIS2, DORA) y se adapta específicamente al uso empresarial. Ofrece todas las ventajas que los empleados ya conocen de las aplicaciones de mensajería convencionales, al



tiempo que permite a la empresa configurar, distribuir y gestionar la aplicación de forma sencilla y eficiente. Los ajustes precisos de seguridad y protección de datos ayudan a las empresas a aplicar sus directrices internas de seguridad.

¿Cuál es su postura ante la propuesta de Apple para cumplir con los requisitos de la Ley de Mercados Digitales en relación con las tiendas de apps alternativas?

Con la Ley de Mercados Digitales, la UE intenta crear condiciones equitativas en el mercado europeo en línea. Como resultado, Apple tiene que abandonar su monopolio en la distribución de aplicaciones para iOS. Los usuarios de iOS pensaban que, por fin, serían libres de elegir desde dónde descargar e instalar aplicaciones.

Sin embargo, lo que Apple ha presentado no es la solución que esperaban los usuarios de iOS en la UE. Es una solución enrevesada, diseñada para garantizar que Apple mantenga de facto su condición de guardián de acceso (gatekeeper). Está claro que se ha diseñado de la forma menos atractiva posible para los usuarios de iOS, los desa-

rolladores y los operadores potenciales de tiendas de aplicaciones alternativas.

Una solución real sería muy sencilla: igual que en Mac OS se pueden descargar apps directamente de los desarrolladores, lo mismo debería ser posible en iOS. De ese modo, Apple ya no podría cobrar elevadas tarifas a los desarrolladores de aplicaciones, un negocio multimillonario que, obviamente, no quieren perder.

¿Y ante el chat control de la UE?

Rechazamos vehementemente el proyecto de ley conocido como «Chat Control» en su forma original y creemos que no sólo es completamente ineficaz, sino también extremadamente peligroso.

Lo que propone el proyecto de ley «Chat Control» equivale a una vigilancia masiva, no hay otra forma de decirlo. La privacidad es un derecho humano, y escanear las comunicaciones de todo el mundo debería estar estrictamente prohibido en cualquier sociedad que se llame a sí misma democracia.

Con este tipo de vigilancia, ya no existiría el «secreto de correspondencia». Además, haría prácticamente imposible la comunicación

digital para médicos, abogados y cualquier otra persona sujeta al secreto profesional.

Por otro lado, este tipo de medidas nunca son eficaces. Los delincuentes pueden hacer, y harán, todo lo posible para cambiar de canal de comunicación o encontrar otras formas de pasar desapercibidos. Para los usuarios normales, en cambio, estas soluciones serían demasiado incómodas. Por tanto, sólo se escanearían las comunicaciones de quienes no estuvieran implicados en actividades delictivas, que es exactamente lo contrario de lo que querría cualquier persona en su sano juicio. ■

MÁS INFO +

» [La importancia de un canal de comunicación empresarial seguro en el contexto de las directivas NIS2, DORA y CER](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



“ LA CIBERSEGURIDAD YA NO ES SÓLO RESPONSABILIDAD DE LOS DEPARTAMENTOS INFORMÁTICOS, SINO QUE HA EVOLUCIONADO HASTA CONVERTIRSE EN UNA PREOCUPACIÓN ESTRATÉGICA ”

MIGUEL RODRÍGUEZ,
CRO y miembro del comité de dirección de **Threema**



“

**Con FlexxibleOne
llevaremos con
garantías la gestión de
dispositivos al entorno
pyme este año**”

”

MANUEL DE DIOS, SALES SPECIALIST DIRECTOR EN FLEXXIBLE

➤ **PABLO GARCÍA REALES**

Se han cumplido 15 años de la creación de Flexxible, compañía española experta en soluciones para el trabajo digital. Aprovechando este aniversario hablamos con Manuel de Dios, Sales Specialist Director de la compañía, sobre las tendencias que está observando en torno al puesto

de trabajo digital, los resultados que cosechó en 2023 y el rendimiento de su gran lanzamiento el año pasado, FlexxClient. Además, el directivo analiza las perspectivas de Flexxible para este ejercicio, su posicionamiento en el mercado frente a la competencia, su estrategia de canal y sus novedades en materia de producto.

¿Cuáles son las principales tendencias que se están produciendo en la actualidad en torno al trabajo digital?

Lo que está marcando el puesto de trabajo digital es la humanización de la tecnología. El año pasado se produjeron dos *hypes* en torno a esta realidad, que entendemos se repetirán en 2024. En primer lugar, la seguridad, y ya no la seguridad del data center o de la entidad tecnológica core como tal, relativa a servidores y centros de datos, sino la seguridad de los propios usuarios. Y, por otro lado, cómo no, la inteligencia artificial, pero yendo más allá de la tecnología para entender cómo se va a aplicar esa IA en las organizaciones.

Teniendo en cuenta esas corrientes de las que hablaba, ¿cómo cerró Flexible 2023 a nivel de crecimiento?

2023 fue un año muy bueno para nosotros tras lanzar FlexxClient, lo que permitió dar un empujón importante a la compañía en un área donde no estábamos, que era la parte del PC físico, del dispositivo físico, ya que hasta ahora el entorno de dispositivos virtuales era nuestro ecosistema habitual. Por todo ello en 2023 Flexible creció un 40%, con una



ENTREVISTA >> MANUEL DE DIOS, FLEXXIBLE

proyección para 2024 espectacular, ya que muchas de las operaciones que se gestaron en 2023 se cristalizarán este año. En España, que representa todavía nuestro mayor volumen de negocio, hemos facturado cerca de 38 millones de euros.

El año pasado, el gran lanzamiento de la compañía fue FlexxClient. ¿Qué rendimiento ha experimentado y qué tipo de proyectos se han desempeñado con este producto?

La analogía con respecto a este producto es que actúa como una navaja

suiza. Opera como un sistema de gestión y monitorización remotas, y también mide la experiencia del usuario. FlexxClient ya integraba el EDR de CrowdStrike, pero el año pasado firmamos un acuerdo con Lazarus, que se cristalizará en 2024, para implementar paneles de indicadores de compromiso. Entonces, ¿somos una herramienta de seguridad? No específicamente. De hecho, la tecnología que hay por detrás de seguridad no es de Flexible, pero el entorno de FlexxClient habilita a todos esos otros fabricantes, con

los que trabajamos en seguridad, gestión remota, asistencia remota y experiencia de usuario, para dirigirnos con más garantías al mercado.

Otro de los aspectos que nos diferencia es la facilidad de uso, ya que FlexxClient se puede consumir desde un nivel básico hasta un nivel avanzadísimo, con lo cual la formación del equipo técnico que maneja la herramienta no tiene que ser extremadamente alta y se pueden ubicar por capas los diferentes niveles de usuarios dependiendo del tipo de información que se consuma. No debemos olvidar que FlexxClient recoge en un ámbito 360 lo que están realizando los dispositivos, su conexión, su software, sus aplicaciones, etc.

¿A qué perfil de empresas va dirigido FlexxClient?

El perfil de FlexxClient, por el tipo de consola que emplea, estaba orientado a empresas con más de 500 dispositivos, aunque también lo usan otro tipo de compañías más pequeñas.

Teniendo en cuenta ese 40% de crecimiento experimentado en 2023, ¿qué expectativas se han marcado para el presente ejercicio?

La expectativa es de un 25% de crecimiento. Hablo del territorio español, que es el que va pilotando al resto. Si nos referimos a Brasil o Estados Unidos, el crecimiento puede ser exponencial.

¿Cuál es el posicionamiento de Flexible en el mercado, cuál es su competencia y cómo se diferencia?

Flexible es una compañía de nicho. Nacimos en 2008 con foco en el Desktop as a Service (DaaS), es decir, en el suministro de escritorios como consumo y pago por uso. Estábamos ubicados entre las grandes compañías, porque esas organizaciones percibían nuestro valor en la forma de consumir esos escritorios virtuales, al poder utilizar diversas tecnologías desde todos los tipos de brokers e hipervisores, así como entre nubes públicas y privadas. Lo que garantizábamos era una flexibilidad notable, lo que posibilitaba un ahorro notable en los costes de gestión de plataformas virtuales.

Por lo tanto, estamos consolidados en el segmento DaaS, respaldados por la propia Gartner. Al dar ahora el salto a los entornos físicos, nos abrimos al ecosistema

del control del dispositivo general, ya no solo el dispositivo virtual sino también el físico. ¿Competidores? En cada una de las áreas hay grandes competidores y, además, lo hacen muy bien. ¿Que lo hagan todo? No, es más complicado. Cuando el cliente busca soluciones más globales no tiene muchas más opciones de garantías que nosotros.

¿A nivel de alianzas? Muchas. Contamos con una gran alianza, a nivel de tecnología e infraestructura, con Microsoft. Colaboramos también con Intel para la integración de su tecnología vPro, lo que nos permite adentrarnos en la capa de firmware, no sólo de sistema operativo. Y luego operamos con aliados y ecosistemas naturales, como son la protección del dato y el backup, de la mano de Veeam. Y, por supuesto, con los fabricantes de seguridad, ya no solo a nivel de antivirus, sino también de navegación segura, para que los equipos técnicos de las empresas puedan observar de manera centralizada y sencilla lo que sucede en sus dispositivos, tanto su rendimiento físico como el desempeño del software, además de en las aplicaciones, el nivel de seguridad o el estado del backup.



¿Cuál será ese bombazo tecnológico que lanzan este año?

Desde marzo estará disponible FlexibleOne, que mantendrá el core de FlexxClient, pero dirigido al entorno pyme. Este tipo de empresas tienen las mismas necesidades que las medianas y grandes en materia de gestión de dispositivos, pero con una peculiaridad en la forma de consumo. Una pyme no se puede permitir el lujo de contar con un sistema de monitorización porque no va a monitorizar sus propios dispositivos. Entonces, ¿con quién contamos? Con esos aliados naturales suyos que son los pequeños MSPs

“ EN 2023 FLEXIBLE FACTURÓ 38 MILLONES DE EUROS EN ESPAÑA, LO QUE SUPUSO UN 40% DE CRECIMIENTO. PARA ESTE AÑO LA EXPECTATIVA SE SITÚA EN UN 25% ”

MANUEL DE DIOS,
Sales Specialist Director
en Flexible

(proveedores de servicios gestionados), que trabajan con entre 15 y 25 clientes, como despachos de abogados con dos o tres máquinas, hasta compañías medianas con hasta 150 dispositivos. Lo que queremos es que esos MSPs tengan acceso a una tecnología que les faculte para operar con ese número de clientes heterogéneos, alcanzando una visión 360 de lo que está pasando en el parque completo de sus dispositivos, en materia de actualización del sistema operativo, parcheado de navegadores, vigilancia sobre la seguridad,

antivirus y EDRs de sus propios dispositivos. Uno de los aspectos diferenciales de FlexibleOne es que será muy sencilla de implementar para los equipos técnicos, así como autoconsumible tanto a nivel de certificación como de formación.

¿Cuál es la estrategia de ventas de Flexible y qué relevancia goza el canal en ella, teniendo en cuenta ese amplio abanico de soluciones, para todo tipo de clientes, con el que cuentan?

No cambiamos de modelo, ya que nunca vamos en directo, aunque el go-to-market varía levemente por

el tipo de cliente final. Es decir, en nuestro entorno más corporativo, colaboramos con integradores para llegar a ese mercado, parametrizando a medida. En el caso de FlexibleOne, con la vista puesta en la pyme, contará con más notoriedad la figura del mayorista. Por ello, al acuerdo con Ingram Micro, que firmamos el año pasado para potenciar FlexxClient, sumaremos un segundo. Dada la dispersión del canal y el número de jugadores que vamos a tocar, necesitamos contar con sus recursos. Además, esta es una herramienta que no se consume de forma aislada. Es decir, los MSPs

susceptibles de comprar FlexibleOne también lo son de adquirir el resto de herramientas que están consumiendo hasta ahora.

¿Para cuándo quieren contar con ese segundo mayorista?

Ese segundo mayorista será V-Valley, y operará con nosotros desde marzo. Complementa mucho el trabajo que desarrollamos actualmente con Ingram Micro, aunque evidentemente se dará cierto solapamiento. Más allá de esto me gustaría destacar el gran trabajo que ha realizado Ingram Micro en el impulso de FlexxClient. ■

“ PARA ACOMETER EL NEGOCIO DE FLEXIBLEONE, EN MARZO SUMAREMOS A LA ESTRUCTURA CAPITANEADA POR INGRAM MICRO UN NUEVO MAYORISTA: V-VALLEY ”



MÁS INFO +

- » [Flexible lanza su nueva solución FlexxClient de la mano de Ingram Micro](#)
- » [Prioridades de transformación de un sector financiero en continua evolución](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

#ENTREVISTA

“La incertidumbre en torno a nuestra competencia nos está ayudando a seguir expandiéndonos por el mercado”

FERNANDO FELIU,
EXECUTIVE MANAGING DIRECTOR DE VIRTUAL CABLE

➤ PABLO GARCÍA REALES

Se van a cumplir 13 años desde la constitución de Virtual Cable, compañía experta en el desarrollo de software de infraestructura para la virtualización de escritorios. Fernando Felíu, Executive Managing

Director del fabricante, nos habla sobre los resultados que cosechó la compañía el año pasado, sus previsiones para este ejercicio, su posicionamiento frente a la competencia o su ecosistema de alianzas tecnológicas y de canal.



¿Qué resultados obtuvo en 2023 Virtual Cable? ¿Qué crecimiento cosechó en un año complejo como al anterior?

Efectivamente, ha sido un año complejo. Y esa complejidad también ha creado una situación de mercado muy interesante para nosotros. Primero, porque se ha visto la importancia de la virtualización de aplicaciones y todo lo relativo al teletrabajo después de la pandemia. Ha quedado patente la necesidad de incluir modelos de seguridad adicionales, no solamente en lo relativo a infraestructuras, sino también en materia de comunicaciones. Y todo esto lo proporciona nuestra solución UDS Enterprise.

Con lo cual, para nosotros ha sido un año realmente de mucho trabajo, pero también muy bueno comparado con otros ejercicios. De hecho, hemos experimentado un crecimiento exponencial en peticiones para hacer pruebas de concepto, que muchas ya se han convertido en pedidos, y otras están viniendo, lo que nos ha permitido generar mucho nuevo negocio. Con lo cual, yo lo resumiría como un año muy positivo.

¿Qué expectativas se han marcado para 2024 y cuál es su posiciona-



miento en el mercado frente a la competencia?

Contamos con una situación muy buena en las universidades españolas. De hecho, más del 50% de las universidades públicas españolas colaboran con nosotros. En gobierno, estamos presentes en numerosos ayuntamientos y diputaciones. Y también contamos con mucha entrada en industria, defensa, protección civil, etc. Se abren muchísimos campos, pero también muchos espacios internacionales. Gozamos de presencia en 110 países, desde la Universidad de Hong Kong a la Policía de Quebec, pero necesitamos una mayor penetración en cada uno de esos países.

Por eso también hemos cerrado sendos acuerdos con Ingram Micro y V-Valley. Al final, ellos son mayoristas que pueden ramificar notablemente la entrada dentro de nuevos partners, de nuevos proyectos, pero también porque están situados en otros países adicionales. A todo esto se unen las certificaciones en producto UDS y add-on en UDS. ¿Qué significan las certificaciones? Dentro de poco podrán leer noticias de que ciertos fabricantes han sido certificados en nuestras soluciones, lo cual abre también un abanico de relación de alianzas tecnológicas con multitud de fabricantes muy renombrados en el mercado. Más proyectos a través de ellos, más proyectos conjuntamente

“CADA DÍA HAY MÁS DEMANDA DE VDI Y NUESTRA RED DE MAYORISTAS Y PARTNERS ESTÁ SIENDO CRUCIAL PARA CONSEGUIR DARLE RESPUESTA”

con ellos, lo cual revertirá en un desarrollo mayor de la compañía.

Además, se está dando una situación de mercado un tanto anómala, una especie de tormenta perfecta. Toda la industria sabe de la situación que tiene nuestra competencia, de grandes fabricantes. Nosotros somos un David frente a esos Goliath; antes transitábamos entre los espacios intermedios que dejaban esos molinos de viento, por decirlo de alguna forma. Ahora, parte de esos molinos de viento, es decir, esas grandes compañías, se están replanteando cambiar de proveedores y soluciones. Y ha quedado demostrado que nuestras soluciones, ya sea por diversos galardones

o menciones, como la de IDC al producto más innovador en tecnología VDI en 2023, así como por lo que comenta toda la industria, estamos perfectamente preparados para cubrir mucho más espacio en el mercado.

¿Cómo están sacando partido de la incertidumbre de esos competidores, sumidos en procesos de integración o adquisición? ¿Están desarrollando estrategias agresivas para poder adentrarse en clientes o partners en los que ellos estaban presentes?

Nosotros no creemos que debamos ser excesivamente agresivos en este sentido. Somos una compañía abierta a colaborar con todos, y sí le puedo decir que hay muchos partners de estos fabricantes que ha mencionado que nos están llamando para certificarse en nuestro producto y poder ofrecerlo. Porque en lo que sí creemos es, no en el oportunismo, sino en que el sector se certifique, conozca realmente el producto y lo ofrezca con todas las garantías de servicio que integra. Y también resulta crucial que las operaciones sean rentables para los partners, y que no se produzcan guerras entre ellos para conseguir las oportunidades. Por eso hay un registro de oportunidades, un

CLAVES PARA EL CANAL

Virtual Cable comparte las 6 claves esenciales para que las empresas del canal TIC impulsen su crecimiento aprovechando las oportunidades que este 2024 presenta en el campo del digital workplace:

1. OFRECER SOLUCIONES SEGURAS:

en un entorno empresarial dinámico y competitivo, la seguridad de las soluciones ofrecidas es un pilar fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes. Virtual Cable ofrece soluciones VDI que apuestan por la seguridad de los datos para que puedan dejar de preocuparse por el lugar desde el que se conectan los empleados, la red Wifi que utilizan, los dispositivos, la falta de concienciación y, por supuesto, los ciberataques dirigidos al puesto de trabajo.

2. PROPORCIONAR ALTERNATIVAS CONFIABLES Y ESTABLES:

en un momento en el que algunos de los fabricantes de soluciones de virtualización de escritorios y aplicaciones más tradicionales del mercado se encuentran en un periodo de incertidumbre y cambios, contar con alternativas confiables es esencial para mantener y expandir

las oportunidades de negocio. Con más de 12 años de experiencia y una tasa de retención de más del 99%, Virtual Cable ofrece soluciones técnicamente avanzadas y probadas en más de 110 países.

3. ESCUCHA ACTIVA Y ADAPTACIÓN:

la escucha activa y la adaptación a las necesidades del partner son valores fundamentales para Virtual Cable, que se compromete a mantener una comunicación abierta con sus distribuidores. Éstos podrán adaptar sus soluciones a las necesidades de los clientes y sus condiciones de partnership a los requerimientos del canal, para ofrecer mayores ventajas competitivas a su red internacional de resellers.

4. FORMACIONES Y CERTIFICACIONES:

el conocimiento y la capacitación son elementos clave para brindar un servicio de calidad. Por ello, Virtual Cable ofrece programas de formación y certificación para sus socios del canal, que les ayudarán a resolver las problemáticas de sus clientes con mayor eficiencia y a posicionarse como especialistas en virtualización del puesto de trabajo.

5. COLABORACIÓN CON MAYORISTAS:

Trabajar a través de mayoristas ofrece una serie de ventajas adicionales, como financiación, apoyo técnico y comercial. Virtual Cable facilita esta colaboración, permitiendo a sus partners aprovechar al máximo estos beneficios para ofrecer un servicio aún más completo y competitivo a sus clientes.

6. INNOVACIÓN Y ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES:

Mantenerse a la vanguardia de la innovación y colaborar con proveedores que adopten tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, brinda la oportunidad de diferenciarse y ofrecer soluciones innovadoras. Virtual Cable ha sido recientemente reconocido como IDC Innovator en Virtual Client Computing a nivel mundial, lo que le distingue como uno de los fabricantes más pioneros en su campo, por desarrollar una solución abierta y sostenible que aúna virtualización de escritorios, aplicaciones virtualizadas y acceso remoto a dispositivos físicos desde una única consola.

abanico de rebates y una serie de normas que vamos a implantar en 2024, escuchando lo que dicen nuestros partners y clientes, con objeto de proporcionar mayor facilidad a la implementación y democratización de nuestro producto.

Antes mencionaba ese ecosistema de alianzas tecnológicas que tienen en el mercado. Cuéntenos un poco más en detalle con quién están trabajando, cuáles son esas certificaciones, etc.

Al final nosotros somos un broker. En los proyectos existe una parte de infraestructura y de cloud, ya que nosotros trabajamos tanto con escenarios públicos como privados, multicloud, híbridos u on-premise, lo cual nos ha llevado a firmar alianzas con todos los proveedores de estas infraestructuras, como Nutanix, AWS, Azure, Huawei, OVH, Lenovo, etc.

Por otro lado, colaboramos también con autenticadores, y buscamos cuáles son los adecuados para nuestros clientes, así como los más avanzados también con tecnología de inteligencia artificial. Al final, nosotros contamos con IA embebida dentro de nuestra propia solución y queremos implementarla. Un ejemplo es Ironchip. En lo relativo a comunicaciones para call

“ LA VERSIÓN 4.0 DE UDS ENTERPRISE TRAERÁ CONSIGO NOVEDADES EN MATERIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, DESBORDAMIENTOS AUTOMÁTICOS, GESTIÓN SIMPLIFICADA Y UN MAYOR GRADO DE SEGURIDAD Y ENCRIPCIÓN ”

center, colaboramos con Innovaphone, Ringover o Jabra.

Además, estamos muy pendientes del mercado profesional para el control de la gestión del puesto de trabajo, sea virtual o físico, y ahí estamos hablando con todos los grandes que hay en el sector, con objeto de generar ese ecosistema real. Estamos muy basados en open source, lo cual significa que nosotros somos una pieza central del puzzle donde se pueden incluir muchas piezas alrededor e irlo ampliando hasta el infinito, jugando de forma mixta: infraestructuras on-premise con alta disponibilidad en cloud, saltando a la nube cuando el cliente lo desee,

desbordamientos automáticos e inteligentes, cierre de puestos virtuales... Y al final creamos un ecosistema con todas esas alianzas tecnológicas.

Hablaba antes de esos dos mayoristas, Esprinet e Ingram Micro. ¿Cuál es la estrategia de canal de Virtual Cable y cómo le está ayudando a conservar oportunidades y generar nuevo negocio?

Todo el sector sabe que vengo del mundo mayorista y reconozco el gran trabajo que hacen los mayoristas. No solamente lo que se ve desde la perspectiva financiera o del soporte, sino también de todo lo relativo a certificaciones, dando a conocer las tecnologías en profundidad y abriendo ese abanico de posibilidades de ecosistema que hemos hablado antes con otras tecnologías. No a través de soluciones cerradas, sino abiertas.

Seleccionamos V-Valley e Ingram Micro por dos razones muy diferentes. V-Valley cuenta con uno de los mayores breadths o número de resellers del mercado, y está muy bien posicionado en el sur de Europa (Italia, España, Portugal y Norte de África). Por su parte, Ingram Micro es un gran conocedor de las tecnologías de nuestra competencia, con lo cual también

puede apoyar al desarrollo de ese nuevo canal que conoce lo que es la virtualización y que puede evaluarla realmente con UDS Enterprise. Por lo que son dos opciones de aproximación al mercado totalmente diferentes. En la estructura de partners no hay mucho que inventar, ya que contamos con una serie de partners divididos en cuatro categorías (Platinum, Gold, Silver y Authorized), en base a la facturación y al grado de certificaciones de las que dispongan. La venta consultiva cada vez es más importante ante el cliente, y por ello son tan importantes las certificaciones que afronten.

¿Con qué número de partners cuentan ahora mismo? ¿Quieren ampliarlo?

Si hablamos solamente de España contamos con alrededor de unos 80 partners. Pero el objetivo no es un número específico, sino una cualificación de los partners y un desarrollo real, personal y cercano a cada uno de ellos. No nos medimos por el número de partners que tenemos, sino por la profundidad de conocimiento que poseen. Y lo que queremos es contar con partners cada vez más comprometidos con nosotros, ya que la demanda de soluciones VDI no deja de crecer. Esta necesidad se va a prolongar en

el tiempo, y lo que queremos es realmente partners de calidad.

¿Entiende que el canal en España ha evolucionado en buena parte lo suficiente para poder dar respuesta a los desafíos de este tipo de tecnologías?

En parte sí. Una gran mayoría de los canales corporativos se han seguido manteniendo, pese a que ha habido numerosas fusiones y adquisiciones. Pero yo iría más allá. Hemos observado la caída del mercado de los dispositivos (PCs, portátiles, tabletas, móviles...), por lo que nos encontramos en un momento de transformación. El partner tiene que transformarse, tiene que aportar valor, una consultoría adicional. Y por eso también hemos recurrido a los mayoristas, porque los mayoristas, como decía antes, no son solamente una figura logística y financiera, sino que también cuentan con una parte de preventa y servicios importante, para apoyar a todos los canales que quieran afrontar esa transformación, a través de sus centros formativos y de su soporte técnico. Al final, existe mucho partner pequeño, cuyo valor es la cercanía al cliente final. Y aunque carezca de esos conocimientos, puede apoyarse en estos mayoristas para desarrollar los proyectos.

¿Y con estos dos mayoristas, en principio, sería suficiente?

Nunca se sabe. Pero queremos trabajar concienzudamente con ellos y hacer un trabajo importante de proximidad. Y no es cuestión de cuántos mayoristas tengamos, sino de cómo trabajamos con ellos y cómo desarrollamos negocio con ellos. Estamos abiertos indiscutiblemente, pero por ahora creo que nuestra estructura es suficiente. Vuelvo a decirle, no estamos cerrados, no es un número clauso como el de otros fabricantes, sino que creemos que habría que valorar detenidamente lo que podría aportar un nuevo jugador dentro del mercado.

¿Qué novedades de producto traerá Virtual Cable al mercado este año?

Cada año sacamos una nueva versión de nuestra solución UDS Enterprise. La última fue la 3.6, que se basaba mucho en seguridad y agilidad, avanzando notablemente en materia de multi-factor y autenticación. Y para la nueva versión 4.0 hemos depurado de manera sobresaliente la herramienta para optimizar todavía más los recursos necesarios para su uso, que ya eran muy básicos, y que todavía serán más reducidos. Vamos a seguir trabajando en la parte de inteligencia artificial, en desbordamien-

tos automáticos, en una gestión mucho más sencilla y en un mayor grado aún de seguridad y encriptación.

Por último, háganos de algún caso de éxito reciente en España que quiera destacar.

Por fortuna, contamos con muchos, pero destacaría principalmente tres. Por un lado, un proyecto en la Universidad de Murcia, denominado EVITA (Escritorios Virtuales Integradores con Tecnologías Aplicadas), que, a través de nuestro software UDS Enterprise, favorece la formación de personas con discapacidad visual, auditiva o física, o con dificultades de aprendizaje, con objeto de promover la igualdad de oportunidades y la accesibilidad a la tecnología. Consideramos que la educación es un pilar, la igualdad en la educación tiene que ser un pilar también, y la inclusión de estas personas es un derecho de acceso a la formación de forma natural.

El segundo caso es el de Airbus. Estamos trabajando con esta organización en su área de defensa y esto requiere altos niveles de seguridad. Pero, además, se trata de proyectos complejos, ya que cada usuario se enfrenta a diferentes proyectos, en distintos países, con regulaciones vario-

pintas y con niveles de seguridad muy exigentes. Trabajar con una empresa como Airbus, en su área de defensa en materia de seguridad y corporación, es muy relevante.

Y, por último, me gustaría destacar el proyecto con la Diputación de Huelva, relativo a la securización de sus infraestructuras de gobierno. Este organismo dota de servicio a numerosos ayuntamientos pequeños, lo cual también favorece otro de los pilares principales de la sociedad, la interacción con garantías del ciudadano ante la administración pública. ■

MÁS INFO 

- » [V-Valley distribuye las soluciones VDI de Virtual Cable en la Península e Italia](#)
- » [Virtual Cable y Syneto lanzan una solución conjunta de VDI y almacenamiento](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

Estamos cerca,
para que vayas
muy lejos
con nuestras
Soluciones de
Infraestructura
Cloud.

Fernando Fuentes
Head of ACS Sales Enablement



#ENTREVISTA

“**Emprendemos ahora una nueva organización más coherente y afín a las necesidades del mercado**”

JUAN RAMÓN MELARA,
CEO Y FUNDADOR DE IT DIGITAL MEDIA GROUP

➤ MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ

Este 2024, IT Digital Media Group inició su décimo año de actividad y, por este motivo, queremos hablar con Juan Ramón Melara, CEO y fundador de la compañía, para hacer balance de este período y sentar las bases del futuro.

IT Digital Magazine >> Marzo 2024



Casi diez años hace desde que se empezó a gestar IT Digital Media Group, ¿qué recuerda de aquellos momentos?

A finales de 2014 y principios de 2015 el mercado español todavía estaba recuperándose de la crisis financiera, y los medios de comunicación, incluidos los tecnológicos, seguían anclados en un modelo basado en el papel y la venta de publicidad. Tal y como los veíamos, el sector necesitaba una transformación radical, desde dentro de los propios medios, para avanzar hacia un modelo más digital y que pudiera ofrecer contenidos y servicios interactivos que permitieran, por una parte, enriquecer la experiencia del lector, aportando movilidad, interacción, actualidad y un acceso ilimitado a la información desde la palma de la mano; y, por otra, crear un ecosistema que aportase mayor riqueza a los contenidos de los anunciantes, permitiéndoles llegar con audio y vídeo a un cliente acostumbrado todavía a la publicidad estática que ofrecían las publicaciones de papel.

Los lectores tenían que conformarse en aquel momento con dos mundos radicalmente independientes: las publicaciones en papel y las páginas web, y nuestra propuesta ponía sobre la

mesa, además, un formato que ofrecía la inmensidad de la información de internet, con la capacidad de análisis y condensación que proporciona una revista. El sector tecnológico y, en nuestro caso, el de los medios de comunicación de tecnología, debía liderar esta transformación y en ello hemos trabajado estos 10 años.

¿Qué balance puede hacer de estos 10 años? ¿Se han cumplido los objetivos con los que arrancó el proyecto?

El balance ha sido muy positivo. Y no me refiero sólo al apoyo que IT Digital Media Group ha ido recibiendo estos años por parte de lectores y clientes, sino que también tenemos que estar muy satisfechos de cómo la idea de

transformar la información tecnológica para dejar atrás el papel y avanzar a un entorno totalmente digital ha ido calando en un mercado en el que todos, antes o después, han decidido dar el paso que nosotros emprendimos al principio.

Esta apuesta por la innovación no ha hecho sino consolidarse con el paso del tiempo. Año tras año hemos ido añadiendo nuevas propuestas y servicios a nuestra oferta para ofrecer una respuesta cada vez más amplia y completa a los lectores que quieren información de tecnología en todos sus aspectos, y una gama de productos y soluciones cada día más integrada.

Prueba de ello son los últimos sites que hemos ido incorporando a nuestra

oferta editorial, centrados en la Administración Pública, que complementa la apuesta de nuestros dos Foros anuales, y en la sostenibilidad, una de las tendencias de más claro crecimiento de cara a los próximos años.

Mucha información, diferentes mercados...

Estamos asistiendo desde hace años a una revolución en nuestro sector. La información sigue siendo clave, pero por encima de todo ello está una necesidad fundamental para los medios: crear Comunidad. Nosotros la llamamos #ComunidadIT, y la hemos ido creando a lo largo de estos años. La apuesta por documentación e informes de calidad, así como por la cele-

“HEMOS ARRANCADO ESTE 2024 CON UNA NUEVA ESTRUCTURA QUE VA A FACILITAR LA INTEGRACIÓN DE TODOS NUESTROS PRODUCTOS EN SOLUCIONES INTEGRALES QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS ANUNCIANTES Y LOS LECTORES. ESTO TRAE CONSIGO EL NOMBRAMIENTO DE ARANCHA ASENJO Y PABLO GARCÍA COMO DIRECTORES EJECUTIVOS”



bración de eventos en los que hemos querido escuchar a los profesionales del sector, nos ha permitido consolidar una amplia Comunidad IT formada por profesionales decisores de compra en todo tipo de empresas e instituciones.

¿Qué destacaría de este período?

El vértigo. La verdad es que cuando creamos este proyecto nunca pensé que la acogida fuera tan buena y que creyéramos tanto y tan deprisa. Fundamos una editorial propia para ser dueños de nuestras decisiones y es algo que no siempre hemos logrado. Muchas veces el mercado decide por nosotros. Nacimos con marcas como IT User y IT Reseller, pero la vorágine del mercado nos arrastró a un rápido crecimiento y a la necesidad de estar presentes en áreas como la ciberseguridad (IT Digital Security), sectores como el público (Administración Pública Digital) y, lo más importante, esa presencia de nuestra #ComunidadIT como facilitador de conversaciones entre oferta y demanda. Todo ello no deja de ser el nuevo papel que a los medios de comunicación nos toca jugar, pero tanto crecimiento en tan poco tiempo no es fácil de integrar en la estructura de una empresa joven como la nuestra.

En los últimos tiempos ha habido una serie de cambios que culminan con el anuncio de una nueva estructura organizativa. ¿Qué nos puede comentar al respecto?

La evolución que ha tenido IT Digital Media Group a lo largo de estos 10 años ha sido significativa, y hemos visto también cómo cambiaban las necesidades de los lectores y el papel de los medios. Por ejemplo, ya nadie entiende que la información de ciberseguridad sea solo importante para el CISO o que un distribuidor no necesite conocer las tendencias que van a llegar al mercado. Por eso, ya no tiene sentido tener una estructura basada en silos temáticos, sino crear una propuesta global en la que pongamos a disposición de nuestros clientes y usuarios una oferta transversal de productos y servicios.

A todo ello, y como te comentaba antes, debemos sumar nuestro propio crecimiento, que nos llevó a tener una estructura demasiado horizontal y un poco reino de taifas, algo que había que resolver para poder afrontar de forma correcta al menos otros diez años fiscales. Un poco de auto crítica siempre es buena consejera.

Por ello, hemos arrancado este 2024 con una nueva estructura que va a fa-



ilitar la integración de todos nuestros productos en soluciones integrales que respondan a las necesidades de los anunciantes y los lectores. Esto trae consigo el nombramiento de Arancha Asenjo y Pablo García como directores ejecutivos. Ambos han sido en estos últimos años las personas más dinámicas dentro de IT Digital Media Group, sabiendo evolucionar desde lo tradicional a los nuevos foros de debate en los que hay que estar. Arancha Asenjo liderando nuestra #ComunidadIT, con más de 30 encuentros el año pasado con los principales actores de este sector; o Pablo García, liderando la creación de nuestros Encuentros ITDM Group como foros de debate y el desarrollo de nuestra revista digital IT Digital Magazine, han sido sin duda dos profesionales que han demostrado su

valía y que se merecen liderar esta editorial los próximos años.

Quería preguntar también por...

Espera, Miguel Ángel, que no quiero dejar pasar la oportunidad de destacar tu papel en toda esta aventura. Tú y Arancha me acompañasteis en la fundación de esta empresa, e igual que he destacado el papel de Arancha y Pablo no quiero dejar de comentar que para todo este desarrollo como empresa no conviene olvidar que somos una editorial, una empresa de periodistas, y que nuestra base es la información de calidad. Hace más de treinta años que trabajas conmigo y todo el mundo sabe que te considero uno de los mejores periodistas tecnológicos de este país, por eso es fundamental que desde tu puesto de director editorial

sigas liderando nuestra apuesta por la información, ahora si cabe con una estructura más clara y definida.

Háblenos un poco de esta estructura...

Bueno, quizá deberías contarla tú, pero vamos, la idea es consolidar la estructura que hemos venido manteniendo. Que toda la generación de contenidos se mantenga bajo tu responsabilidad y que puedas contar con tres redactores jefe, de amplia experiencia y reconocimiento en el mercado como Hilda Gómez para la web; Rafael Claudín en ciberseguridad y Ricardo Gómez para la revista digital, además de un amplio organigrama de profesionales en las áreas de redacción, audiovisual, diseño y maquetación, fotografía... Y, por supuesto, dentro de nuestra estructura, destacar al resto del equipo tan necesario para la organización de eventos, telemarketing, técnicos, redes sociales, administración... Ufff, ves como da vértigo.

En un negocio a caballo entre la tecnología y los medios de comunicación, sectores ambos acostumbrados a una alta rotación de personas, IT Digital Media Group no ha podido quedarse al margen y en los últimos tiempos ha habido diferentes cambios de perso-

nas en la organización. ¿Qué valoración puede hacer sobre ello?

Las empresas son como la vida misma. Un largo camino en el que encuentras a mucha gente. Con algunos sólo te cruzas. Otros te acompañan un trecho, o hasta el primer cruce. Y otros como tú o Arancha me habéis acompañado durante decenas de años. A todos los que han estado en esta casa les quiero agradecer su ayuda y que hayan contribuido a construir nuestro sueño. A partir de ahí a muchos les han surgido nuevos caminos que les han separado del nuestro. Unos caminos porque eran más cómodos, menos estresantes, más llanos, sin cuestas. Otros que parecían más seguros. Algunos que aportaban nuevas aventuras. En fin, como te decía, las empresas son como la vida misma, a veces nos junta y otras nos separa, pero la clave, como siempre, es mantener a compañeros de viaje fieles, que estén a las duras y a las maduras, en los que te puedas apoyar y sobre todo que sean buena gente y profesionales. En estos diez años hemos ido manteniendo esta propuesta y seguimos haciéndolo: contar con los mejores profesionales para cada una de las posiciones.

En todo caso, las personas que han ido pasando por IT Digital Media Group

“TENEMOS QUE ESTAR MUY SATISFECHOS DE CÓMO LA IDEA DE TRANSFORMAR LA INFORMACIÓN TECNOLÓGICA PARA DEJAR ATRÁS EL PAPEL Y AVANZAR A UN ENTORNO TOTALMENTE DIGITAL HA IDO CALANDO EN UN MERCADO EN EL QUE TODOS, HAN DECIDIDO DAR EL PASO QUE NOSOTROS EMPRENDIMOS”

nos han aportado un altísimo grado de profesionalidad y un elevado conocimiento y experiencia. Y como es nuestra filosofía, siempre con la idea de dar oportunidades a la gente de dentro, los cuales han cogido el testigo de la exigencia que hemos mantenido hasta la fecha.

¿Novedades para este año?

Si el día a día nos deja – risas – seguiremos intentando interpretar por dónde va el mercado. Estamos asistiendo a una nueva revolución. La sostenibilidad de los medios de comunicación está claramente en cuestión. Estamos viendo, por ejemplo, a los medios generalistas intentando cobrar ahora por unas noticias diarias que llevan años regalando. Difícil. O intentando cambiar estos contenidos por datos personales. Uf, peligroso. Además de que no creo que con esos datos se pueda pagar a los profesionales que generan

la información. Quizá hoy sí, aunque tengo serias dudas, pero ¿y mañana?

Si esta es la encrucijada de los medios generales, imagina la de los especializados. No creo que ese sea el camino, tendremos que buscarlo, pero seguro que la solución está en la suma de fuerzas, y esa la encontramos en nuestra #ComunidadIT. Ese es nuestro camino y la idea es seguir reforzándola. ■

MÁS INFO +

» [IT Digital Media Group designa a Arancha Asenjo y Pablo García como directores ejecutivos](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

incentro

Google Cloud

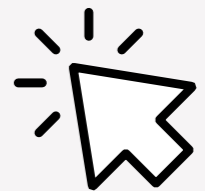


**Guía ejecutiva
de IA generativa.**

eBook gratuito

Lanza tu primer caso de uso con **IA generativa** en 10 pasos

DESCÁRGALO AHORA



incentro

8 GRANDES TENDENCIAS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE MARCARÁN 2024

Los agentes IA, el desarrollo de nuevos “copilotos” y la formación a los trabajadores, entre otros factores, destacan entre los descubrimientos del año pasado, pero también nuevas investigaciones y aplicaciones en las que ni siquiera hemos pensado todavía.

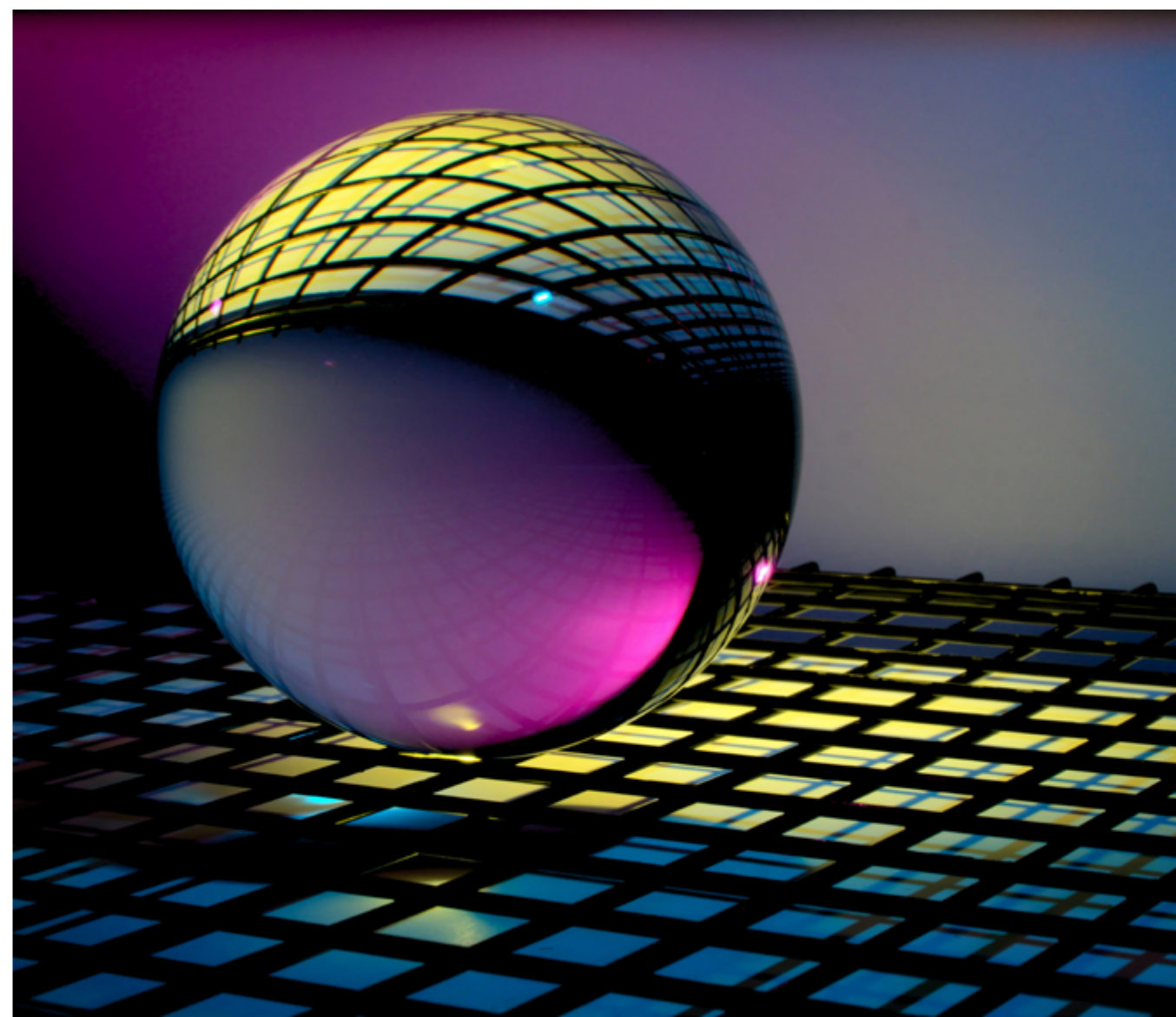
➤ HILDA GÓMEZ

Un informe facilitado por Zebra Technologies ha identificado ocho grandes tendencias tecnológicas que marcarán la evolución de la inteligencia artificial en 2024. Si los Oscar tuvieran una categoría para la inteligencia artificial, ChatGPT se habría llevado a casa sin duda todos los trofeos el año pasado. “Pero ChatGPT pero no fue ni mucho menos lo único reseñable en el campo de la IA”, explican expertos de Zebra Technologies. Otros aspectos surgidos en 2023 tuvieron un protagonismo destacado como los grandes modelos lingüísticos (LLM) con una interacción cada vez más humana, la

generación de contenidos en vídeo, imágenes, audio y texto o las pruebas de IA generativa en dispositivos, eliminando la necesidad de los costosos servicios en la nube.

De acuerdo con las predicciones de los expertos, durante los próximos doce meses evolucionarán algunos de los descubrimientos del año pasado, pero también nuevas investigaciones y aplicaciones en las que ni siquiera hemos pensado todavía. Las tendencias en IA identificadas para 2024 son las siguientes:

Este será el año de los Agentes IA (entidades capaces de percibir su entorno, procesar las percepciones y responder de manera racional) y de los Agentes IA con capacidades de automejora. Sin embargo, tal y como afirma el Dr. Ian Watson, científico



especializado en IA, los Agentes IA no son algo totalmente novedoso, ya que existen documentos importantes sobre ellos desde 1995. Lo que sí es nuevo son las capacidades que tendrán gracias a la tecnología LLM. Los Agentes IA son herramientas que poseen un nivel de autonomía superior al de los modelos de aprendizaje automático o los programas informáticos tradicionales. Pueden percibir, aprender, responder y adaptarse a nuevas situaciones y tomar decisiones sin apenas intervención humana.

Este año podría ser también aquel en el que todo el mundo tenga un “copiloto” de IA. Junto al Copilot de GitHub para desarrolladores y el Copilot de Microsoft para oficinas, veremos más herramientas de este tipo en el mercado, atendiendo a las necesidades de los trabajadores de primera línea en los sectores minorista, sanitario y de fabricación, por ejemplo. Además, en lo que se refiere a los LLM, veremos cómo pequeños LLM especializados en tareas específicas superan a los LLM más genéricos, como GPT, Palm y Claude. Esto podría conducir a la aparición de un copiloto industrial que aproveche los LLM para racionalizar y optimizar los

procesos industriales. Al perfeccionar los modelos de comprensión y generación de lenguaje específicos del sector industrial, estos LLM podrán funcionar como asistentes inteligentes, ofreciendo información de valor, automatizando tareas rutinarias y mejorando la eficiencia de la mano de obra.

Veremos el auge del procesamiento de la AI generativa tanto en los dispositivos como en las instalaciones físicas (on-premise), con modelos más reducidos que requieren menos energía, generan menos costes en la nube y ofrecen una mayor privacidad. Este menor tiempo de entrenamiento que necesitan estos modelos más pequeños permite también una iteración más rápida, lo que contribuye a la mejora de los LLM.

En 2024 continuarán siendo importantes determinados retos legales sobre la IA generativa y la propiedad intelectual, pero también surgirán otros, así como nuevas normativas para guiar el desarrollo y el uso ético de la IA generativa. La regulación de la IA estará en el punto de mira y los debates sobre seguridad serán cada vez más habituales. Los riesgos a corto plazo de la IA generativa, como la desinformación

y las falsificaciones, se harán más evidentes, sobre todo en aquellas regiones con más elecciones o conflictos. Abordar estos riesgos será prioritario.

Las grandes empresas se darán cuenta cada vez más de que deben acelerar su estrategia de IA para seguir siendo competitivas. Esto dará lugar a una consolidación de las



EL USO DE LA IA SE INCREMENTA ENTRE LAS PYMES ESPAÑOLAS

La adopción de la inteligencia artificial por parte de las empresas españolas todavía es discreta pese a su crecimiento anual. Así lo revelan las cifras del informe Uso de inteligencia artificial y big data en las empresas españolas, publicado por el ONTSI a finales de 2023. Y es que sólo el 20% de las pequeñas y medianas empresas españolas la utilizan en su día a día.

Además, la brecha de adopción de tecnologías basadas en IA entre pymes y grandes empresas no ha hecho más que aumentar, según los últimos datos disponibles en el ONTSI. Así, la cifra de uso

entre grandes corporaciones aumentó un 8,1% entre 2021 y 2022, pasando del 33,1% al 41,2%. En el mismo periodo, el uso de la IA por parte de las pymes españolas registró un crecimiento de sólo el 6,4%, pasando del 13,6% al 20% en 2022.

Por otro lado, el 11,8% de las pequeñas empresas (compañías con diez o más personas empleadas) usa esta tecnología, un 4% más que el año anterior. Cabe mencionar que las microempresas mejoran la adopción de esta tecnología, alcanzando un 4,6, un 1% más que el año anterior.

start-ups de IA, más concretamente de aquellas que llevan entre tres y ocho años trabajando en los aspectos más maduros de esta tecnología.

Las empresas también darán prioridad estratégica en 2024 a la democratización de la IA y el aprendizaje automático. Se dotará a los trabajadores de recursos de aprendizaje y herramientas de IA, tanto a empleados de oficina, como a asistentes

comerciales, ingenieros, profesionales de las finanzas, desarrolladores o diseñadores. Con el tiempo, este enfoque se convertirá en la norma y no en un elemento diferenciador en la batalla por el talento y la cualificación de la mano de obra.

Habrán avances en IA multimodal, con contenidos cada vez más “perfectos” en audio, vídeo, imagen y texto, junto con la integración de sistemas multi-

modales en robots y vehículos, como se ha visto con diferentes empresas de automoción que están ya introduciendo LLM en sus coches. Los sistemas operativos basados en voz/LLM crearán nuevas y mejores formas de interactuar con manos libres y asistentes de voz inteligentes. Ya estamos viendo los primeros indicios de ello con el reciente lanzamiento de Humane AI y Rabbit R1.

La IA de código abierto madurará, sobre todo la IA generativa. El panorama de la IA de código abierto ha evolucionado mucho en los últimos doce meses, con ejemplos tan potentes como los modelos Llama 2 de Meta y Mixtral de Mistral AI. Esto podría cambiar la dinámica del mercado, al proporcionar a entidades más pequeñas y con menos recursos acceso a sofisticados modelos y herramientas de IA que antes estaban fuera de su alcance. Además, la transparencia, la seguridad y el desarrollo ético, son otras de las ventajas fundamentales para los LLM de código abierto, gracias a los esfuerzos de colaboración de la comunidad. ■

LA FALTA DE CONOCIMIENTOS, EL PRINCIPAL FRENO PARA EL USO DE LA IA EN LAS EMPRESAS



La falta de conocimiento sobre las herramientas de inteligencia artificial (IA) se muestra como el principal freno para su implementación en el entorno laboral. Así lo manifiesta una reciente encuesta llevada a cabo por el centro de formación tecnológica IMMUNE Technology Institute, realizada a alrededor de 100 profesionales corporativos de diferentes sectores económicos, que pone de manifiesto datos interesantes sobre las percepciones y preocupaciones en torno al uso de IA en el lugar de trabajo.

En concreto, según los resultados de esta encuesta, más del 50% de estos profesionales utilizaría este tipo de herramientas de manera más activa si tuvieran un mayor conocimiento y formación sobre las mismas.

El análisis de los datos también destaca que, actualmente, a pesar de la disponibilidad de la tecnología, una parte significativa de los trabajadores todavía no está aprovechando todo su potencial. El 25% de los profesionales corporativos asegura que utiliza la IA de manera diaria, siendo la herramienta más popular

OpenAI GPT, seguido del 34% de los profesionales que la utiliza varias veces a la semana. Sin embargo, otro 34% afirma solo usarla en situaciones puntuales, y alrededor del 7% asegura que nunca la ha usado.

Junto con ello, un 80% de los encuestados afirma que utiliza la IA para temas laborales, frente a un 20% que lo hace para temas de carácter personal. Además, los resultados revelan que el 80% de los encuestados cree que su empresa podría mejorar su conocimiento y formación en inteligencia artificial.

MÁS INFO 

» [Toda la actualidad alrededor de la IA](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

EL GASTO EN LA NUBE SEGUIRÁ CRECIENDO EN TODAS LAS INDUSTRIAS EUROPEAS

El segmento de plataforma como servicio (PaaS) seguirá creciendo más rápidamente a largo plazo, impulsado por el auge de la IA generativa, que estimulará las inversiones basadas en la nube en servicios de software de IA. Banca, retail y telecomunicaciones seguirán siendo las industrias que más gasten en la nube pública en 2024.

➤ HILDA GÓMEZ

Según la Guía de Gasto Mundial en Software y Servicios de Nube Pública publicada por IDC, el gasto en servicios de nube pública en Europa ascenderá a 171.000 millones de dólares en 2024 y alcanzará casi 298.000 millones en 2027, registrando una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) a cinco años (2022-2027) del 21%. Plataforma como servicio (PaaS) seguirá siendo el segmento con el crecimiento más rápido a largo plazo, impulsado por el auge de la IA generativa (GenAI), que estimulará las inversiones basadas en la nube en servicios de software de IA.

Si bien los desafíos en el sector

tecnológico aún no han terminado, GenAI será un punto focal y respaldará las inversiones en la nube. Aprovechando las capacidades de GenAI, las empresas de tecnología

pueden optimizar los procesos de manera rápida y eficiente, respaldando la fuerza laboral existente y asignando más tiempo a actividades estratégicas.

PERSPECTIVAS PROMETEDORAS

Si bien las industrias europeas siguen experimentando dificultades, las perspectivas para 2024 parecen más prometedoras. La inflación se



está suavizando y se espera que se acelere una tendencia a la baja en toda Europa, a pesar de desafíos localizados.

Si se analiza el gasto en la nube por industria, petróleo y gas estarán entre aquellos con mayores aumentos de gasto interanual en 2024. Esto está en línea con las fuertes ganancias que la industria ha logrado desde el comienzo de la guerra en Ucrania, lo que aumentará los presupuestos de TI de las empresas de petróleo y gas y su capacidad para implementar proyectos de innovación. La banca, el comercio minorista y las telecomunicaciones seguirán siendo las industrias que más gasten en la nube pública en 2024, representando casi un tercio del valor total del mercado.

“A pesar de los desafíos macroeconómicos, el gasto en la nube seguirá creciendo en todas las industrias, respaldado por fuertes impulsores como GenAI, CloudOps, soberanía digital y sostenibilidad”, afirma Andrea Minonne, gerente de investigación de IDC U.K. “A medida que la economía sigue siendo volátil, es importante para los proveedores cloud mantenerse al tanto de las tendencias de la industria para

comprender la dinámica y las prioridades de los diferentes mercados verticales”.

EL 32% DE LAS PYMES VEN LA TECNOLOGÍA COMO UNA OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO

El año 2024 ha marcado el principio de una nueva era para las pymes de nuestro país, que son plenamente conscientes de que necesitan apostar por la innovación tecnológica para seguir avanzando por el camino del éxito. La adopción y la aplicación de la inteligencia artificial (IA) será fundamental para poder lograrlo.

Según el estudio ‘Oportunidad en el cambio’ realizado por Acquis, las pymes españolas muestran una clara ambición por invertir en innovación tecnológica, con un 32% de ellas reconociéndola como una oportunidad de crecimiento. Además, el 45% de las pequeñas y medianas empresas reconocen la optimización de costes y precios como una oportunidad clave de crecimiento, el 40% apuesta por la sostenibilidad para seguir creciendo y el 34% reconocen que la digitalización es una oportunidad clave de crecimiento clave.

Un alto porcentaje de las pequeñas y medianas empresas de España se

encuentran actualmente aplicando herramientas digitales en su día a día, según revela el estudio realizado por Adigital, ‘Tendencias digitales 2024 para el crecimiento de la pyme’. Para que este avance sea posible, la IA se posiciona como el motor de todo el eje y cada vez son más las empresas que apuestan por ella.

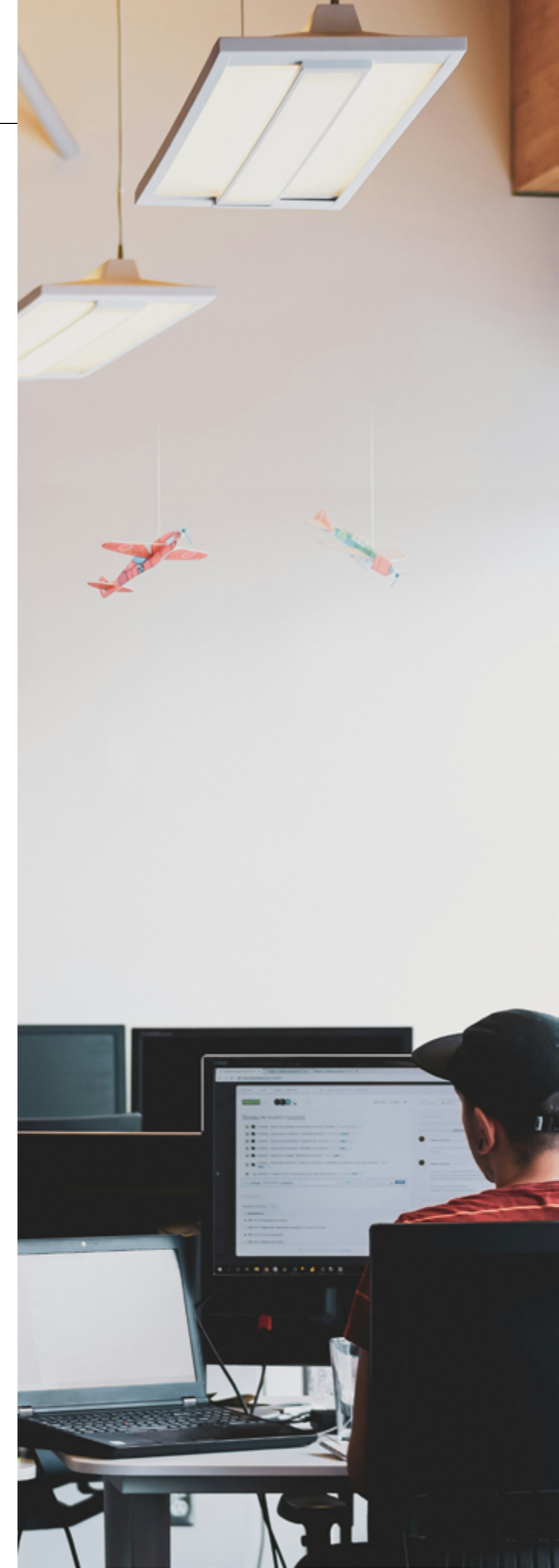
Sin embargo, incorporarla en la estructura empresarial de las pymes no es suficiente. Para aprovechar toda su fortaleza, necesitan evolucionar hacia una organización AI-Ready y Data-Driven, es decir, una transformación que va mucho más allá de la tecnología, abarcando también la estructura organizacional y la estrategia de negocio. ■

MÁS INFO +

» [Encuentros ITDM Group](#)
[“Hacia la siguiente era Cloud: bienvenidos al futuro”](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES





Say

hi

—

Say human intelligence

Say hi to a new era in technology and engineering.

Say hi to a future powered by human talent.

Say hi to a better world.

Say hi Ayesa



#EN PORTADA

¿ESTÁN PREPARADAS LAS EMPRESAS PARA LA IA A NIVEL DEL DATO?

➤ RICARDO GÓMEZ

La inteligencia artificial promete grandes beneficios y muchas compañías se apresuran a incorporarla en sus operaciones para ser más eficaces y competitivas y adoptar modelos data driven. Pero su correcto funcionamiento depende no solo de su programación y entrenamiento, sino también de los datos que la alimentan. ¿Están las infraestructuras y las estrategias de datos empresariales realmente preparadas para sacar partido de esta tecnología? ¿Qué necesitan para tener éxito en la adopción de la IA?

Con la popularización de la IA generativa la inteligencia artificial ha revivido su posición como la innovación digital con más impacto potencial para las organizaciones. Los fabricantes de tecnología están incorporando a marchas forzadas esta innovación para [mejorar sus productos y servicios](#) y las empresas están asumiendo que necesitan herramientas inteligentes para seguir avanzando en la digitalización y mejorar su eficiencia y rentabilidad. Pero esto requiere contar con una infraestructura y una estrategia de datos adaptadas a los requisitos de la inteligencia artificial, lo que está introduciendo nuevos cambios en el área de TI. ¿Hasta qué punto se encuentran preparadas para dar el salto a la IA a nivel del dato, y qué papel juega la nube y otras tecnologías de uso común en esta nueva etapa tecnológica?

BUSCANDO EL PODER DE LOS DATOS

Las empresas están dándose cuenta del valor que tienen los datos para impulsar la inteligencia de negocio y apoyar sus operaciones internas, el diseño de sus productos y sus estrategias de comercialización. La IA pro-

mete ser la tecnología necesaria para lograrlo y su adopción se va a generalizar en los próximos años, pero en este camino se enfrentan a importantes retos. Adolfo Pellicer, country manager de Workday para España y Portugal, señala que, en España, “muchas organizaciones continúan operando con sistemas obsoletos, diseñados para trabajar con la precisión y la velocidad que exigían los datos hace veinte años”. Considera que la IA es un incentivo para dejar atrás este legacy en favor de “sistemas preparados para impulsar el análisis y la automatización inteligente que se necesita en el contexto empresarial actual”. Para Gianmarco Giunti, director global de Data & Intelligence Solutions en Crayon, el interés por la IA de sus clientes está más vinculado a valor para el negocio y opina que “determinar qué problema se quiere resolver, de qué manera se va a conseguir y cómo se va a medir el éxito es más relevante que la IT que se tenga”. Por su parte, Jaime Balaña, manager Solutions Engineering de NetApp para Iberia & Latin, opina que para que las empresas puedan adoptar modelos operativos y de negocio apoyados por datos “es esencial que sus infraestructuras estén adecua-

“ ES NECESARIO CONTROLAR LOS DATOS QUE SE INCORPORAN PORQUE EL ALGORITMO DE LA IA NO PUEDE DETECTAR SI TIENEN CALIDAD O NO ”

GIANMARCO GIUNTI,
Director global de Data & Intelligence Solutions en **Crayon**



“ CUALQUIER ORGANIZACIÓN QUE QUIERA IMPLEMENTAR LA IA DEBE INVERTIR EN LOS RECURSOS Y TECNOLOGÍAS ADECUADOS DESDE EL PRINCIPIO ”

CARMEN DERLINCHAN,
Senior engineering director para EMEA Sur en **Pure Storage**



damente preparadas”, lo que requiere cambios tecnológicos considerables.

¿ESTÁ LA INFRAESTRUCTURA PREPARADA PARA LA IA?

Un reciente estudio elaborado por [Pure Storage](#) revela que no estar preparado para el impacto de la IA en la infraestructura pone en riesgo su adopción. Para un 51% de los 500 responsables de compra de TI entrevistados, las principales consecuencias son una mayor presión sobre los departamentos de TI para abordar problemas del equipamiento de datos. A esto le sigue la ne-

cesidad de más inversiones para actualizar la infraestructura (señalado por un 49%) y la incapacidad de usar la IA de forma efectiva (48%). Según esta investigación, entre los cambios que impone la IA en el campo de la infraestructura están los mayores requisitos energéticos, particularmente de las herramientas de gestión de datos (48%), los procesos de gestión de datos (46%) y la infraestructura de almacenamiento de datos (46%). Aunque otros requisitos clave son la mejora de la infraestructura de redes (44%), las herramientas y procesos de seguri-

“ ES FUNDAMENTAL LA INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE DATOS QUE PUEDAN ESCALAR EFICAZMENTE ”

JAIME BALAÑÁ,
Manager solutions engineering para Iberia & Latin en **NetApp**



dad y privacidad del dato (44%), y la infraestructura informática (43%).

Carmen Derlinchan, senior engineering director para EMEA Sur en Pure Storage, comenta que “es fundamental que cualquier organización que esté considerando implementar la IA invierta en los recursos y tecnologías adecuados desde el principio para evitar quebraderos de cabeza en el futuro”. Y Víctor Pérez de Mingo, senior systems engineer en Veeam Software, pone el foco en la seguridad y la protección del dato, que en muchos casos no está preparada para protegerse de las nuevas amenazas

impulsadas por la IA, una tecnología que se está adoptando rápidamente entre los ciberdelincuentes.

¿QUÉ CAMBIOS DEBERÍAN IMPLEMENTAR LAS EMPRESAS?

En opinión de Adolfo Pellicer, de Workday, uno de los requisitos tecnológicos más importantes para que la IA cumpla con las expectativas es contar con una única plataforma de datos, que facilite “un análisis más exhaustivo y más preciso de la información del negocio en menos tiempo”. Considera que para ello es “esencial que las empresas cuenten con un sistema cloud

nativo que integre todos los datos”. Carmen Derlinchan, de Pure Storage, opina que a la hora de actualizar la infraestructura para dar soporte a la IA es vital tener en cuenta la cadena de suministro, especialmente de componentes clave como las GPU, ya que “sin ellas, el proyecto de inteligencia artificial está muerto antes de empezar”. Y también pone sobre la mesa los mayores requisitos energéticos que va a imponer la IA en el centro de datos, con densidades de potencia que llegarán a 40 a 50 kilovatios por rack.

Jaime Balañá, de NetApp, añade que, además de una actualización de hardware y software, también es fundamental “la integración de sistemas de almacenamiento y procesamiento de datos que puedan escalar eficazmen-

te”, y que la infraestructura sea flexible para adaptarse a las tecnologías emergentes y a la demanda cambiante del negocio. Para Gianmarco Giunti, de Crayon, “es fundamental controlar eficazmente tanto las fuentes de datos que se necesitan incluir en la primera fase del desarrollo como las que se irán añadiendo cuando la solución ya esté en producción”. Y esto pasa por utilizar herramientas para comprobar que los datos son correctos.

CALIDAD Y GOBERNANZA DEL DATO

La mayoría de las inteligencias artificiales se diseñan y entrenan con propósitos más o menos concretos y para su correcto funcionamiento se deben alimentar con datos precisos y de calidad.

Por ello, las empresas necesitan contar con políticas y herramientas de gestión de datos que puedan seleccionar la información que realmente sirve para alimentar la IA. En este sentido, Víctor Pérez, de Veeam, dice que “si los conjuntos de datos están incompletos o la IA no está adecuadamente entrenada, por ejemplo, existe el riesgo de obtener resultados sesgados o inexactos”, y recomienda a las empresas “evaluar la calidad de los datos a través de una monitorización continua y mediante auditorías de datos, asegurando que sean representativos y relevantes”.

Gianmarco Giunti, de Crayon, coincide en que “es necesario controlar los datos que se incorporan porque el algoritmo de la IA no puede detectar si tienen calidad o no”, y añade que también hace falta “contar con especialistas en IA generativa y gobernanza de datos que monitoricen este proceso, tanto al desarrollar la solución como una vez ya en producción, evolucionando a lo largo de los años”. Pero Adolfo Pellicer, de Workday, puntualiza que “las políticas e iniciativas internas de las empresas no siempre son suficientes

CONCIENCIACIÓN Y FORMACIÓN

Una encuesta realizada por Workday revela que el 70% de los empleados de EMEA considera que su organización no tiene las habilidades necesarias para implementar completamente la IA, algo relacionado tanto con la tecnología como con la formación y la propia cultura de la organización, que debería alinearse con los modelos data-

driven. **Diversos estudios** ponen de relieve la necesidad de capacitar a los empleados en el uso de la IA, en analítica, protección y privacidad del dato. Y los expertos también aconsejan establecer una serie de políticas y buenas prácticas que garanticen un uso correcto y ético de esta tecnología, y que cumplan con las regulaciones actuales y futuras.

“ LA IA REQUIERE SEGURIDAD CONTRA ACCESOS NO AUTORIZADOS, PÉRDIDAS Y FILTRACIONES, ADEMÁS DE ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO NORMATIVO ”

VÍCTOR PÉREZ DE MINGO,
Senior systems engineer
en **Veeam Software**



para satisfacer completamente las necesidades de la tecnología”. En su opinión, “la colaboración entre los distintos actores es esencial y los códigos éticos internos de las compañías deben estar en línea con las regulaciones gubernamentales” y con las recomendaciones sobre transparencia y seguridad de los expertos y las organizaciones internacionales.

GOBERNANZA Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Otro de los grandes desafíos para los desarrolladores de inteligencia artificial y para las organizaciones que adoptan esta tecnología es cumplir con las normativas vigentes. Víctor Pérez, de Veeam, comenta que “hay realidades sobre la seguridad y la privacidad de datos que han de tenerse muy en cuenta al utilizar este tipo de herramientas”. Y recomienda “poner en marcha medidas robustas de seguridad contra accesos no autorizados, pérdidas y filtraciones, además de asegurar el cumplimiento de todo tipo de normativas en lo que respecta a la recopilación, procesamiento y almacenamiento de los datos”.

Desde el punto de vista de Pure Storage, Carmen Derlinchan opina que las empresas que quieran aprovechar

el potencial de la IA “deben tener muy claro el marco normativo que deben cumplir” y los proveedores de tecnología “necesitan garantizar el cumplimiento normativo de sus productos y soluciones”. En NetApp recomiendan a las empresas evaluar el impacto de la IA en la protección de datos, implementar medidas de seguridad, realizar una revisión continua para adaptarse a los cambios normativos y recurrir a proveedores que proporcionen “una infraestructura de datos unificada y segura que les permita acelerar sus iniciativas de IA mientras se mantiene el cumplimiento con las regulaciones de protección de datos”. ■

MÁS INFO +

- » [La IA generativa domina la agenda de los proveedores de tecnología](#)
- » [Claves para asegurar el éxito de la implementación de la IA en nuestra organización](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



“ ES ESENCIAL QUE LAS EMPRESAS CUENTEN CON UN SISTEMA CLOUD NATIVO QUE INTEGRE TODOS LOS DATOS ”

ADOLFO PELLICER,
Country manager para España y Portugal de **Workday**



SONICWALL®

*INFORME DE
CIBERAMENAZAS*

 **2024**
DE SONICWALL

Los ciberataques aumentan y las tácticas cambian. Las antiguas protecciones ya no sirven. ¿Cuál es su estrategia?

Consulte el Informe de Ciberamenazas 2024 de SonicWall, nuestro recurso número 1 para obtener información práctica sobre amenazas.

WWW.SONICWALL.COM/THREATREPORT

#EN PORTADA

COMUNICACIONES UNIFICADAS, UN NEGOCIO QUE VUELVE A DESPUNTAR

➤ MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ

Si bien la demanda se ha reducido desde la pandemia, tras la imperiosa necesidad de muchas organizaciones de prepararse de forma inmediata para el trabajo remoto, la buena noticia para el canal de TI en toda Europa es que el crecimiento de los ingresos está empezando a repuntar, debido a que los usuarios buscan experiencias de audio y vídeo de mayor calidad de sus equipos. Según datos de 2023, España experimentó un crecimiento superior al de otros países europeos.

El hardware de comunicaciones unificadas fue uno de los mayores ganadores de la pandemia. La demanda se disparó a medida que los usuarios empresariales y los estudiantes que estaban confinados lucharon por mantenerse productivos y conectados desde sus hogares. Pero, desde entonces, la demanda se ha visto reducida. Sin embargo, la buena noticia para el canal de TI en toda Europa es que el crecimiento de los ingresos está empezando a repuntar de nuevo. En lo que va de año, España es el único mercado importante que ha experimentado un crecimiento positivo.

A pesar de la apariencia de una caída continua en el crecimiento de los ingresos, la reciente demanda de productos de comunicaciones unificadas puede suponer un punto de inflexión, lo que podría ser un signo de mejora a largo plazo, espe-

cialmente para los auriculares, las cámaras y las soluciones de videoconferencias, que son las tres categorías más grandes, representando el 69% del valor de mercado.

Las ventas de las cadenas minoristas se dispararon en las últimas semanas del pasado año, con un aumento de los ingresos interanual que se situaba ya en el 75% en el tercer trimestre, lo que lo convierte ahora en el tercer canal más grande después de revendedores corporativos y pequeños y medianos revendedores.

PREVISIONES OPTIMISTAS

Pero hay otras razones para ser optimistas. Las aulas híbridas crecen en popularidad y el modelo de trabajo híbrido ha llegado para quedarse. La demanda de una colaboración y de experiencias de vídeo y audio de mayor calidad está creciendo, lo que, a su vez, aumenta la demanda

de productos premium como cámaras 4D y auriculares con cancelación de ruido. Las ventas de productos de colaboración todo en uno también están creciendo a medida que los usuarios buscan formas más convenientes de hacer videoconfe-

rencias y compartir presentaciones. Los actores del canal son positivos sobre el mercado oportunidades que esto ofrece.

Es cierto que muchas empresas están frenando la inversión, debido a la fuertes vientos en contra de la



economía, pero hay dinero disponible para dispositivos que realmente puede mejorar la comunicación y la colaboración entre empleados y clientes. Es posible que las ventas no alcancen los máximos vistos a principios de los primeros años meses de pandemia, pero hay muchas razones para optimista sobre el futuro de las comunicaciones unificadas.

¿QUÉ OPINA EL CANAL?

A la vista de esta tendencia, hemos querido conocer las valoraciones de los profesionales del canal de distribución. En este sentido, Álex Rincón, Pro AV & UCC business manager de Ingram Micro, señala que “lo que vemos en Ingram Micro es que las empresas han apostado por las comunicaciones unificadas como herramienta clave en modelos de trabajo híbrido. Aquellas empresas que, como parte de sus programas de retención de talento, han apostado por fórmulas de trabajo híbrido, lógicamente no quieren que sus procesos se vean interrumpidos y obstaculizados por la distancia entre personas, así que están invirtiendo en soluciones que permiten mantener videoconferencias sin problemas. Por otro lado, desde el punto de vista del trabajador, que estará en casa o en

otro lugar, la apuesta pasa por una renovación global del puesto de trabajo orientado a ofrecer soluciones completas de audio, vídeo, ciberseguridad, ergonomía o de salud que ayuden a estar conectado desde cualquier lugar y en cualquier momento”.

Según explica Enrique Hernández, director B2B en MCR, “teniendo en cuenta todos los puntos, las fases y el tiempo que hemos tenido para desarrollar las comunicaciones unificadas desde la pandemia, estas nos han demostrado que son fundamentales en todos los entornos empre-

sariales, tanto por la agilidad de las conversaciones como por el ahorro y la eficiencia, tanto en tiempo como a nivel económico para las compañías”.

EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS

En palabras de Enrique Hernández, “la evolución desde el punto de vista de MCR, sobre todo en nuestra línea, ha tenido una cierta parte de diente de sierra. Entendemos que hubo un momento de parón, después una temporalidad donde sí se volvieron a ver soluciones globales donde coincidían hardware y sof-



“ **AQUELLAS EMPRESAS QUE, COMO PARTE DE SUS PROGRAMAS DE RETENCIÓN DE TALENTO, HAN APOSTADO POR FÓRMULAS DE TRABAJO HÍBRIDO, LÓGICAMENTE NO QUIEREN QUE SUS PROCESOS SE VEAN INTERRUMPIDOS Y OBSTACULIZADOS POR LA DISTANCIA ENTRE PERSONAS** ”

ALEX RINCÓN,
Pro AV & UCC business manager de **Ingram Micro**

ware en todo el área de proyectos globalizados de comunicaciones unificadas. Este año 2024 con el desarrollo de las nuevas oportunidades que el mercado nos va a dar y con las capacidades de integración que cada día son mayores, entendemos que será una línea de negocio importante si conseguimos tener una propuesta lo suficientemente interesante para el mercado”.

Para Álex Rincón, “desde que empezó la pandemia, la evolución de este sector ha sido imparable. Ahora quizá estamos ya en una etapa de consolidación, porque las grandes inversiones se han hecho en los últimos años y se trata de equipos robustos y con una larga vida útil, por lo que es normal que se estabilice. Sin embargo, detectamos dos oportunidades diferentes en el mercado. En primer lugar, la irrupción de la inteligencia artificial, que permite mejorar aún más las comunicaciones y su calidad, incluso la identificación de voz o ruido para la mejora de la calidad de audio en la conferencia. En este sentido, los fabricantes ya están ofreciendo nuevos auriculares y soluciones de videoconferencia que disponen de la integración de dicha tecnología. En segundo lugar, se ha detectado que,

en la pandemia, hace ya cuatro años, los volúmenes de adquisición de dispositivos fue tan grande y la necesidad era tan acusada que todos los cascos adquiridos en el mercado no eran de la misma calidad, abriendo en estos momentos una oportunidad con aquellos equipos que actualmente están comenzando a fallar y que va a provocar una segunda ola de inversiones en este campo”.

LO QUE EL CANAL NECESITA

En opinión de Álex Rincón, el canal necesita, “sobre todo, explicar bien

los beneficios de estas soluciones y su encaje en empresas de cualquier tamaño. Al final, se trata de dispositivos, sistemas y soluciones para comunicar a personas, y en el mundo empresarial todo es una comunicación entre personas, tanto a la hora de trabajar como a la hora de vender o comprar. Por eso es básico que las empresas cuenten con equipos adecuados para esas comunicaciones que necesitan, que va más allá de tener videollamadas con personas ubicadas en la otra punta del mundo: una pyme local tam-



“ LAS COMUNICACIONES UNIFICADAS NOS HAN DEMOSTRADO QUE SON FUNDAMENTALES EN TODOS LOS ENTORNOS EMPRESARIALES, TANTO POR LA AGILIDAD DE LAS CONVERSACIONES COMO POR EL AHORRO Y LA EFICIENCIA ”

ENRIQUE HERNÁNDEZ,
director B2B en **MCR**

bién necesita comunicarse con sus clientes, y dado que todos somos digitales, el hecho de contar con herramientas de comunicación inteligentes, eficientes y preparadas para un gran número de comunicaciones resulta clave para que nuestro negocio pueda gestionar mejor estos contactos. Desde Ingram Micro, durante el 2023 hicimos la inversión

de nuestro Xperience Center donde tenemos la posibilidad de mostrar a nuestros clientes y a sus cuentas finales toda aquella tecnología que nos permite abarcar las necesidades de un proyecto e instaladas en producción real. Esto nos permite mostrar el funcionamiento y el rendimiento del equipo y ofrecer al cliente la posibilidad, en ese mismo

momento, de saber si el dispositivo encaja a la perfección con las necesidades del proyecto”.

Apunta Enrique Hernández que “creemos que el canal principalmente lo que necesita es que las personas interlocutoras que estamos al otro lado, tengamos la capacidad de formar, enseñar y mostrar realmente la eficiencia y las bondades que puede llegar a tener este tipo de soluciones. Ya no solamente para los empleados o para las empresas en sí, sino también para los clientes a las que se dirigen. Entendemos que teniendo una solución globalizada donde realmente podamos jugar con las diferentes líneas y creando un ecosistema más amplio, conseguiremos importantes logros”.

¿HA IMPACTADO EN ESTA ÁREA EL KIT DIGITAL?

En opinión de Álex Rincón, el Kit Digital no ha afectado a esta gama de soluciones, “principalmente porque hasta ahora se han visto las comunicaciones unificadas como algo para grandes empresas y no tanto para pymes y negocios locales, que diría que son las empresas que más han recurrido al Kit Digital, y tenían en mente otro tipo de necesidades. Por

eso creemos que tenemos que explicar muy bien, en qué consisten las comunicaciones unificadas y la razón por la que son necesarias en empresas de cualquier tamaño y sector”.

Tampoco destaca el impacto del Kit Digital en esta área Enrique Hernández, que espera que “nos beneficiemos y que se pueda llegar a materializar un poco más de lo visto hasta la fecha. Creo que el Kit Digital se ha orientado más a Retail, a reformas tecnológicas y transformaciones digitales en entornos mucho más visibles de nuestro día a día. Pero tratándose de Fondos Europeos basados en tecnología y en la digitalización de las compañías, entendemos que habrá empresas que también podrán sacarles partido”. ■



MÁS INFO +

» [Comunicaciones unificadas en cifras](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

NEGOCIO Y CIBERSEGURIDAD

HAGA QUE SU NEGOCIO ESTÉ CIBERTRANQUILO



STORMSHIELD

En la era de la transformación digital y en un momento en el que la soberanía digital plantea interrogantes, hacer que su negocio esté cibertranquilo es vital dado el impacto financiero de los ciberataques.

Para la protección de redes, datos, estaciones de trabajo y servidores: al elegir las soluciones Stormshield, recurre a un actor de la ciberseguridad en el que puede confiar.

www.stormshield.com

#EN PORTADA

IoT está en pleno crecimiento. Sin embargo, la utilización de estos dispositivos también presenta una serie de riesgos de ciberseguridad que deben tenerse en cuenta. En este reportaje, analizamos los principales riesgos de ciberseguridad de los dispositivos conectados en empresas y ofrecemos consejos para proteger la información y las operaciones corporativas.

EL RETO DE LA SEGURIDAD IOT

Según se desprende de los datos del [informe “Productos conectados: mejorando la vida de los consumidores con tecnología”](#), del Instituto de Investigación Capgemini, uno de cada tres usuarios piensa adquirir este año más dispositivos conectados, principalmente relacionados con áreas como la salud o la seguridad doméstica. Pero también son muchas las empresas que están apostando por estas tecnologías por las ventajas que suponen en eficiencia, productividad e incluso ahorro de costes.

Y es que, como resume Juan Carlos Chamizo, director del área de Ciberseguridad de ITE, “en los últimos años, la conectividad a Internet ha adquirido un nuevo significado, pues ya no se limita a ordenadores con conexión a Internet, sino que el panorama digital actual se extiende más allá del usuario y permite la interacción directa de objetos físicos mediante sensores y software integrados u otras tecnologías”.

De hecho, según datos de la [Guía sobre Seguridad en Dispositivos IoT, presentada por el Ministerio del Interior](#) para concienciar sobre la necesidad de implantar medidas de protección a estos dispositivos, habrá

25.000 millones de dispositivos conectados a nivel global en 2030 y esto contribuirá a aumentar las probabilidades de sufrir brechas de seguridad pues, como manifiestan desde Fortinet, los objetos inteligentes “hacen más compleja la gestión de la seguridad, ya que la gran mayoría de estos dispositivos no han sido concebidos teniendo en cuenta la seguridad”.

De esta forma piensa, también, Guillermo Fernández, manager of sa-

les engineering Southern Europe de WatchGuard Technologies, al afirmar que “todo dispositivo que esté conectado a Internet supone un riesgo y como tal hay que gestionarlo y tratarlo”.

Precisamente de esta necesidades de protección habla Eusebio Nieva, director técnico de Check Point Software para España y Portugal, quien sostiene que, según datos de Check Point, “solo el 11% de las pymes

españolas cuenta actualmente con una solución de seguridad de IoT completa, quedando un 52% completamente desprotegido sin ninguna solución desplegada”.

Los riesgos del IoT para la privacidad y la seguridad de empresas y particulares son múltiples, pero fundamentalmente se pueden resumir en tres: la recopilación y robo de datos, que interrumpan el servicio o que causen daños físicos:



❖ **Robo de datos:** Los ciberdelincuentes pueden utilizar los dispositivos conectados para robar datos sensibles, como información financiera, datos de clientes o información de propiedad intelectual. Por ejemplo, un ciberdelincuente podría acceder a una cámara de seguridad industrial para obtener imágenes de una instalación de producción y así averiguar todos los detalles acerca de su funcionamiento.

❖ **Manipulación de dispositivos:** Los ciberdelincuentes pueden utilizar los dispositivos conectados para manipular su actividad, por ejemplo, para apagar un sistema de control de producción o para iniciar una fuga de productos químicos. Por ejemplo, un ciberdelincuente podría tomar el control de un sistema de automatización de fábrica y causar daños a la producción.

❖ **Daños físicos:** Los ciberdelincuentes pueden utilizar los dispositivos conectados para causar daños físicos, por ejemplo, apagando un sistema de seguridad.

En opinión de Juan Carlos Chamizo, “sin duda hay otros muchos riesgos como la explotación de vulnerabilidades de seguridad, los ataques DDoS, o la falta de estándares de

seguridad, pero podríamos decir que todos derivan en los tres mencionados inicialmente”. Por ello, Nieva reclama una mayor atención a este tipo de dispositivos y sus peligros: “Los dispositivos IoT, al estar interconectados, pueden recopilar una gran cantidad de información sensible, por lo que la seguridad se convierte en una preocupación crítica”.

CÓMO PROTEGER IOT

“Cualquier dispositivo conectado que tenga una vulnerabilidad a la red podría convertirse en una puerta de entrada para los ciberdelincuentes, lo que se ha vuelto especialmente preocupante en la era del teletrabajo”, confirma Eusebio por lo que, para el portavoz de Check Point, una de las mejores medidas cuando hablamos de proteger el IoT es “contar con una filosofía de seguridad Zero Trust como fundamental en la estrategia de seguridad, una asunción de desconfianza que segmenta todas las capas empresariales, hace más estricta la política de seguridad y que es capaz de hacer frente de forma mucho más eficiente a las amenazas actuales”.

Del mismo punto de vista es Agustín Valencia, para quien “la protec-



“ SOLO EL 11% DE LAS PYMES ESPAÑOLAS CUENTA ACTUALMENTE CON UNA SOLUCIÓN DE SEGURIDAD DE IOT COMPLETA ”

EUSEBIO NIEVA,
director técnico de **Check Point Software** para España y Portugal

“ EL PRINCIPAL RIESGO ES QUE LOS DISPOSITIVOS IOT INSEGUROS SEAN UTILIZADOS COMO PUERTA DE ACCESO INICIAL O PARA PIVOTAR DENTRO DE UNA RED ”

JOSEP ALBORS,
responsable de investigación y concienciación **ESET** España



“ LOS OBJETOS INTELIGENTES HACEN MÁS COMPLEJA LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD ”

AGUSTÍN VALENCIA,

OT security business development manager Iberia de **Fortinet**



ción de los dispositivos IoT y de las redes a las que se conectan debe incluir principios de confianza cero, incluida la gestión rigurosa del control de acceso y de la seguridad de las API que comunican”.

Pero, sin olvidar los básicos. Como apunta Guillermo Fernández, “hay dos cosas que para mí son básicas: una de ellas es que hay que cambiar las contraseñas predeterminadas. Esto puede parecer una obviedad, pero es uno de los motivos más típicos de ataque. La segunda sería desactivar todas las funciones que no se necesitan de ese dispositivo. Con esto se limita un poco la superficie de ataque

de lo que puede hacer ese dispositivo en caso de que hubiera un problema”.

Juan Carlos Chamizo va más allá, al asegurar que, “para mejorar la seguridad de los dispositivos IoT, en general, hay que actualizar el firmware y garantizar que todos los dispositivos IoT estén actualizados con las últimas versiones de seguridad y parches, usar contraseñas seguras y fuertes, habilitar la autenticación de doble factor y usar una VPN”. A lo que desde ESET añaden que “las actualizaciones deben ir acompañadas de auditorías que permitan detectar posibles vulnerabilidades antes que los posibles atacantes”.

“ LA CONECTIVIDAD A INTERNET HA ADQUIRIDO UN NUEVO SIGNIFICADO ”

JUAN CARLOS CHAMIZO,

director del área de Ciberseguridad de **ITE**



Sin embargo, para asegurar una protección real y mitigar los riesgos de ciberseguridad de los dispositivos conectados en empresas, las organizaciones deben tomar medidas adicionales, que realmente cubran los posibles ataques empleados por los cibercriminales. Y es que, como comenta Agustín Valencia, “partiendo de la base de que la mayoría de los dispositivos IoT no han sido diseñados teniendo en cuenta la seguridad, es imperativo asegurar el ecosistema IoT para que no se conviertan en la puerta de entrada fácil para los cibercriminales”. Al mismo problema hace referencia Josep Albors, responsa-

ble de investigación y concienciación ESET España, “por desgracia, actualmente pocos fabricantes dispositivos IoT se preocupan seriamente de la seguridad y esto supone un riesgo, ya que pueden servir como puerta de entrada a entornos domésticos, profesionales, corporativos e incluso a redes de infraestructuras críticas”.

Algunas de las medidas a tener en cuenta para mejorar esa protección son:

❖ **Implementar un programa de seguridad de dispositivos conectados** que incluya políticas y procedimientos para la selección, la configuración, el uso y el mantenimiento

de los dispositivos conectados. Fernández asegura que “cuando se habla de un dispositivo IoT el usuario no se suele plantear estos procesos y si no se tiene correctamente segmentado ese dispositivo quienes accedan a él pueden ver el resto de la red y atacar tu red”.

❖ **Formar a los empleados en ciberseguridad** y hacerles conscientes de los riesgos que atañen los dispositivos conectados y de cómo protegerlos. No olvidemos que la concienciación sigue siendo la base de una ciberseguridad real pues el factor humano sigue siendo clave en la mayor parte de los ciberataques que tienen éxito. De hecho, el principal riesgo es que los dispositivos IoT inseguros sean utilizados como puerta de acceso inicial o para pivotar dentro de una red” tal y como apunta Albors, por lo que concienciar a los empleados y corporación de la importancia de aislar estos dispositivos y protegerlos, es cada vez más fundamental.

❖ **Monitorizar los dispositivos conectados:** Las organizaciones deben monitorizar los dispositivos conectados para detectar signos de actividad maliciosa en su red y ser capaces de actuar en caso de incidencia

aislando ese dispositivo del resto de activos empresariales. Para Valencia, “tener herramientas de visibilidad y control de acceso es determinante”.

Para Juan Carlos Chamizo, “mitigar estos riesgos implica adoptar prácticas de seguridad sólidas, como la implementación de protocolos de cifrado, la gestión adecuada de accesos, la actualización regular de firmware y la concienciación sobre la privacidad al seleccionar y utilizar dispositivos IoT. Además, es esencial establecer políticas de seguridad robustas tanto a nivel empresarial como personal”.

En este sentido, aunque la seguridad desde el diseño sigue siendo

difícil de encontrar en este tipo de dispositivos, cada vez son más las empresas que han hecho de la seguridad una ventaja competitiva por lo que elegir dispositivos conectados de alta calidad puede ayudar a aumentar la seguridad de tu empresa sustancialmente. Por eso, se recomienda prestar especial atención y leer las reseñas de los productos antes de comprar un dispositivo conectado.

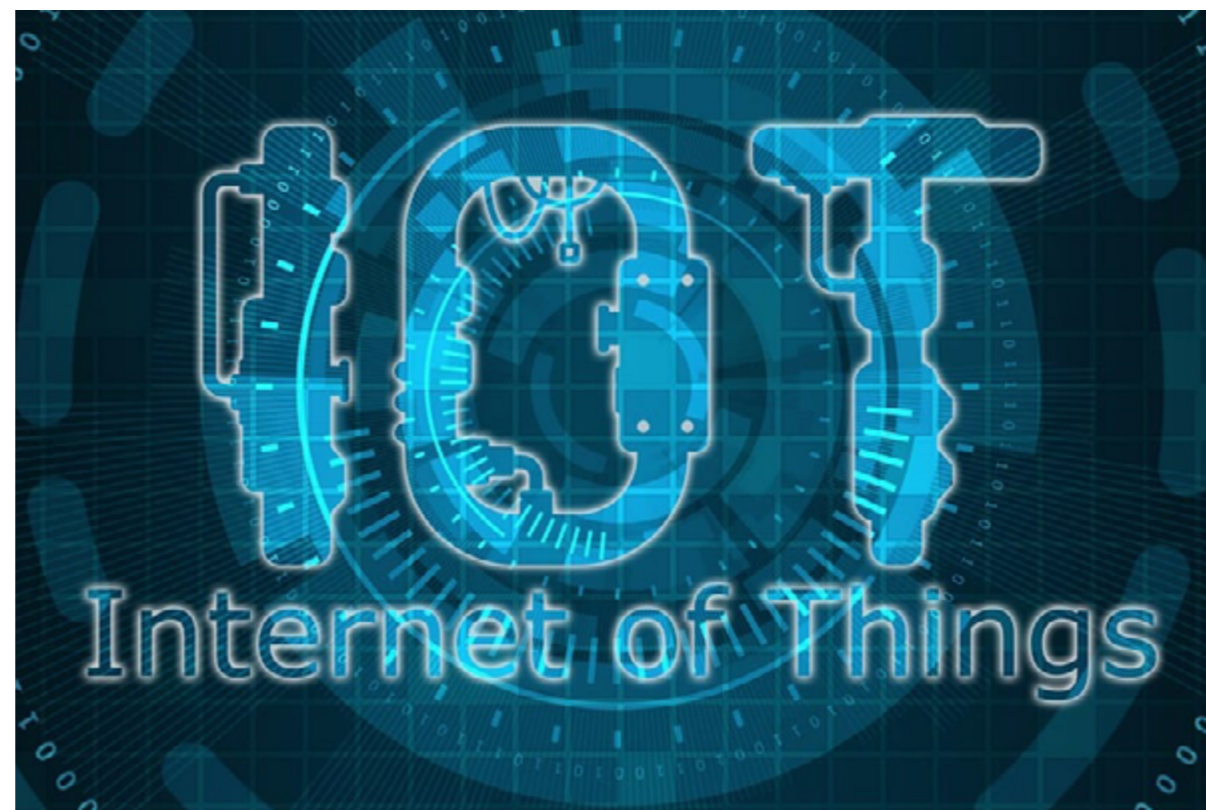
LOS CIBERDELINCUENTES ATACAN IOT

Los objetos conectados pueden suponer un problema para la seguridad, y, de hecho, son uno de los vectores



“ PENSEMOS EN TODA LA DEPENDENCIA QUE TENEMOS DE LAS INFRAESTRUCTURAS CRÍTICAS Y LO QUE UN ATAQUE PUEDE SIGNIFICAR ”

GUILLERMO FERNÁNDEZ,
manager of sales engineering
Southern Europe de
WatchGuard Technologies



de ataque más utilizados por ciberdelincuentes en los últimos años:

>> En 2022, un grupo de ciberdelincuentes atacó un sistema de cámaras de seguridad de una empresa de fabricación de automóviles. Los ciberdelincuentes obtuvieron acceso a las imágenes de las cámaras de seguridad y las utilizaron para chantajear a la empresa con la filtración de esos diseños.

>> En 2023, un grupo de ciberdelincuentes atacó un sistema de control de producción de una empresa química. Los ciberdelincuentes tomaron el control del sistema y causaron una fuga de productos químicos. Y no fue el único ataque, “el casino MGM sufrió un ciberataque que causó unas pérdidas estimadas de 100M\$. Si bien se habla de un ransomware, el vector de ataque fue ingeniería social. Muchas veces se provocan fallos en dispositivos IoT que se encuentran fuera de redes críticas para llamar a los usuarios y hacerles creer que son del servicio de soporte y necesitan sus credenciales para entrar” señala Agustín Valencia, OT Security Business Development Manager Iberia en Fortinet.

>> En lo que llevamos de 2024, un grupo de ciberdelincuentes ya

ha atacado un sistema de iluminación de una empresa de distribución aprovechando IoT. Los ciberdelincuentes apagaron la iluminación de la empresa, causando daños a la propiedad y pérdidas de producción.

Si nos vamos más atrás, vemos que estos ataques no son nada nuevo, y que, como apuntan desde Fortinet, “los riesgos son múltiples y de gran calado”. Por ejemplo, re-

cuerdan, “un caso muy mediático de 2018 que afectó al ejército de Estados Unidos desplegado en Afganistán. Los batallones americanos fueron geolocalizados gracias a las pulseras Fitbit que utilizaban los soldados para controlar su ejercicio físico. En ese mismo año hubo un sonado robo a un casino de Las Vegas a través de la exposición a internet sin securizar de termos-

tatos de una pecera del casino. A través de este punto de entrada el ciberdelincuente se movió entre las redes internas del sistema y llegó a su objetivo”.

Por eso, desde Watchguard aconsejan que “pensemos en toda la dependencia que tenemos de las infraestructuras críticas y lo que un ataque puede significar en este sentido”. ■



MÁS INFO +

- » [¿Entornos IoT protegidos? Claves para un despliegue seguro de los dispositivos](#)
- » [Ministerio del Interior. Recomendaciones de seguridad para dispositivos que usen el internet de las cosas](#)
- » [Consumidor conectado. Capgemini Spain](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

PROTECTED BY



b-fy.com



**Cuando no hay datos que robar,
deja de ser rentable un ciberataque.
Utiliza B-FY.**

HACIA LA SIGUIENTE ERA CLOUD: BIENVENIDOS AL FUTURO

Las empresas españolas continúan su migración a la nube para ganar en flexibilidad, agilidad y eficiencia, adoptando estrategias híbridas y de múltiples nubes, y 2024 comienza con buenas perspectivas para el mercado. En este Encuentro ITDM Group analizamos cómo evolucionará este panorama a lo largo del año y qué tendencias protagonizarán el ecosistema cloud en los próximos 12 meses.

La nube se ha convertido en un pilar de la transformación digital para la mayoría de las empresas españolas, y en los dos últimos años se ha acelerado la adopción de arquitecturas híbridas y multicloud, y de modalidades de pago por uso. En este contexto, el mercado cloud continúa evolucionando para responder a las nuevas necesidades de las organizaciones, ayudándolas a ser más productivas, a reducir gastos y a acceder con más facilidad a las tecnologías más innovadoras. En el Encuentro ITDM Group 'Hacia la siguiente era cloud: bienvenidos al futuro' analizamos las últimas tendencias y retos que surgirán en 2024 en torno a la nube.



**HACIA LA SIGUIENTE
ERA CLOUD:
BIENVENIDOS AL FUTURO**



Comenzamos con una entrevista a Alfons Buxó, Global Cloud Transformation Leader en Deloitte, quien nos habla sobre el progreso de la migración a la nube en España, y sobre las últimas tendencias cloud. También entrevistamos a Iván Mateo, CIO y CTO del Grupo Iskaypet, para conocer cómo ha evolucionado una empresa que se apoya al 100% en la nube para la transformación de su negocio. Además, hemos contado con una ponencia a cargo de Marc Isern, analista senior de Penteo, sobre la evolución del mercado cloud en 2023 y las perspectivas para 2024. Cerramos este Encuentro con una segunda ponencia de

Elena Montañés, country director para España y Portugal en Context, sobre la evolución del canal durante el año pasado y las oportunidades que presenta la nube para el mercado español.

OPTIMIZACIÓN DE LAS OPERACIONES DE TI EN LA NUBE

La primera mesa redonda de este Encuentro ITDM Group, patrocinada por Arsys e Incentro, contó con representantes de empresas de diversos sectores, con un perfil técnico vinculado a TI, ciberseguridad y cloud. Concretamente Sergio García, CIO de Aenor; Javier Vélez, head of Architecture de Capital Energy; José Carlos Lledó,

gerente de Ciberseguridad de CBNK (antes Banco Caminos); Iván Mateo, CIO & CTO de Grupo Iskaypet; Alberto Martín-Pérez Gómez, IT Delivery manager de Europ Assistance; Carlos Pleguezuelos, director de Desarrollo y Mantenimiento de Tecnología de EVO Banco; Javier Luque, CIO de SP Group Packaging; y Miguel Ángel Prieto, Service Data manager y responsable de Gobierno y Servicios Cloud de Sportian. También asistieron al debate, Fernando Fuentes, Business Development & Product director de Arsys y Miguel Cortés, CTO de Incentro.

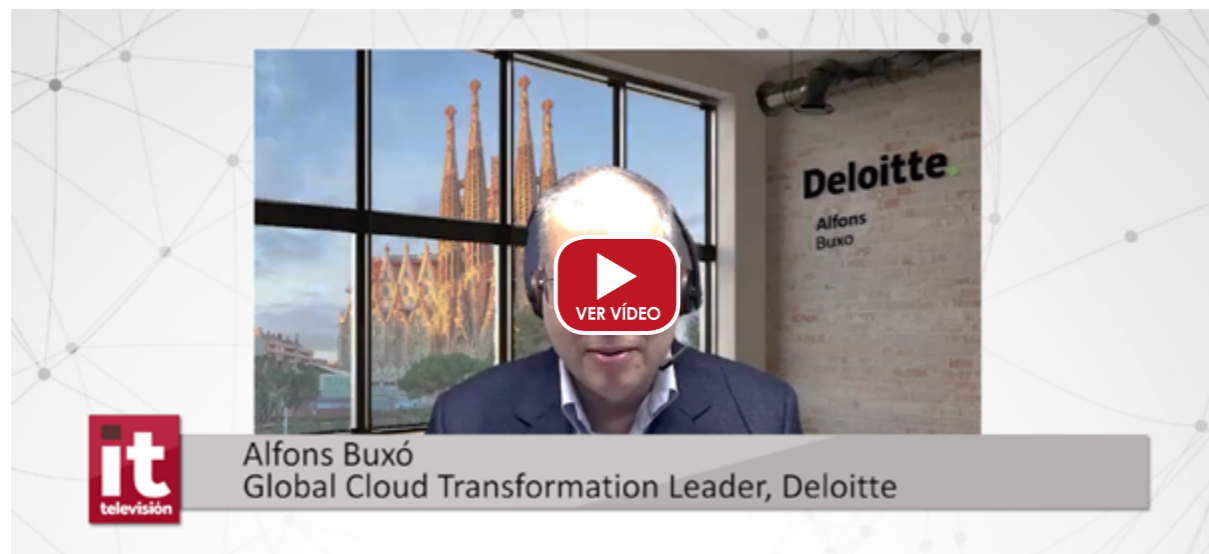
Entre los temas que se trataron a lo largo de esta mesa redonda des-



DESCARGA EL DOCUMENTO COMPLETO



DESCARGAR



ENTREVISTA>> Alfons Buxó analiza el progreso en la adopción de la nube en España y las principales tendencias cloud.



MESA REDONDA>> Debatimos sobre los desafíos en la optimización de TI en entornos cloud.

tacaron el esfuerzo de las empresas para optimizar la gestión de sus infraestructuras cloud, independientemente de las particularidades de cada organización y sector. Sus principales objetivos son mejorar el rendimiento, controlar el gasto y aumentar la eficiencia de sus operaciones apoyándose en la nube. En general, consideran la migración a cloud como un camino de un único sentido que deben recorrer para ser más eficaces y adaptarse mejor a las cambiantes condiciones del mercado. En este sentido, valoran las aportaciones de los proveedores cloud, que ofrecen capacidades y niveles de servicio difíciles de alcan-

zar internamente, y cada vez delegan más responsabilidades en ellos. También destacaron la importancia de contar con arquitecturas híbridas y multicloud aunque, como comentan los propios proveedores, los entornos on-premise mantienen su valor para muchos clientes que aprecian tener los datos en local por cuestiones de soberanía y control de costes.

Otro aspecto en la que las visiones de los participantes coincidieron es en que el modelo de migración a la nube depende mucho de las necesidades de cada empresa. Y, una vez que comienzan a explotar la tecnología en cloud, y, tras alcanzar cierto grado de

madurez en estos entornos, muchas se percatan de que los costes pueden elevarse con rapidez y entran en un ciclo de racionalización para controlar el gasto. Finalmente, los participantes en el debate analizaron el potencial y los retos que acompañan al uso de la inteligencia artificial vinculada a la nube, y cómo esto revolucionará la forma en que trabajan los equipos de TI, especialmente en el área de desarrollo.

HACIA LA SIGUIENTE ERA DEL CLOUD: BIENVENIDOS AL FUTURO

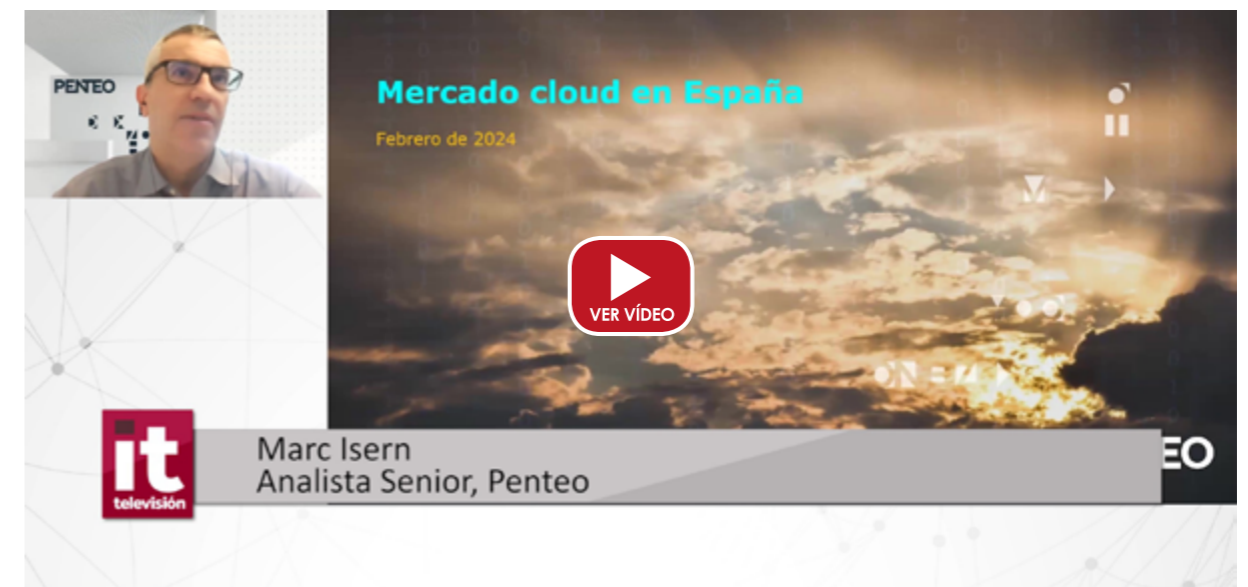
La segunda mesa redonda enmarcada en este Encuentro ITDM Group se centró en los desafíos y oportunidades

que están surgiendo en relación a la nube, y sobre la necesidad de proteger los entornos cloud. Para analizar estas cuestiones contamos con Víctor Orive, CEO de ADM Cloud & Services, Sergio Martínez, country manager de SonicWall España y Borja Pérez, country manager de Stormshield Iberia, que nos aportan su conocimiento y experiencia sobre la tecnología y el mercado de la nube en España.

El debate comenzó con un repaso a las tendencias que están transformando los ecosistemas y el mercado de la nube, destacando el gran impacto que está teniendo la inteligencia artificial en el desarrollo de servi-



ENTREVISTA >> Iván Mateo explica cómo están abordando la transformación de su negocio apoyándose en la nube.



PONENCIA >> Marc Isern nos ofrece una radiografía del mercado cloud y analiza los factores que impulsan su crecimiento.

cios cloud innovadores, la preferencia de las empresas españolas por las arquitecturas híbridas y multicloud y la necesidad de mejorar la gestión en estos entornos cada vez más complejos. Los expertos también analizaron el progreso de la migración a la nube en nuestro país, que sigue avanzando, pero a un ritmo menor que en países de nuestro entorno.

Hasta ahora se debía a la falta de confianza en la seguridad de la nube, pero los miembros de la mesa afirman que esta percepción está cambiando y las empresas confían cada vez más en la seguridad de los proveedores cloud, y valoran la posibili-

dad de implementar seguridad adicional. También señalaron cuáles son los principales aspectos a tener en cuenta a la hora de proteger los activos en la nube, como establecer una seguridad por capas, combinada con una mejor visibilidad de la red para detectar comportamientos sospechosos y mantener un férreo control de los accesos a través de autenticación multifactor, políticas de Zero Trust y otras tecnologías de detección y respuesta extendidas.

Todos los miembros de la mesa coincidieron en que la ciberseguridad ha pasado de ser un freno a convertirse en una palanca que impulsa la mi-

gración a la nube entre las empresas españolas, pero asimismo recalcaron la necesidad de diseñar una estrategia de migración adaptada a las necesidades concretas de cada organización. Finalmente, estos expertos comentaron las novedades que llegarán este año al mercado de ciberseguridad de la mano de los proveedores, como una mayor integración de la inteligencia artificial para aportar más capacidades de automatización y detección de amenazas. También se enfocarán en mejorar la protección de los endpoints y en expandir la cartera de tecnologías entregadas bajo modalidades as-a-Service. ■

MÁS INFO +

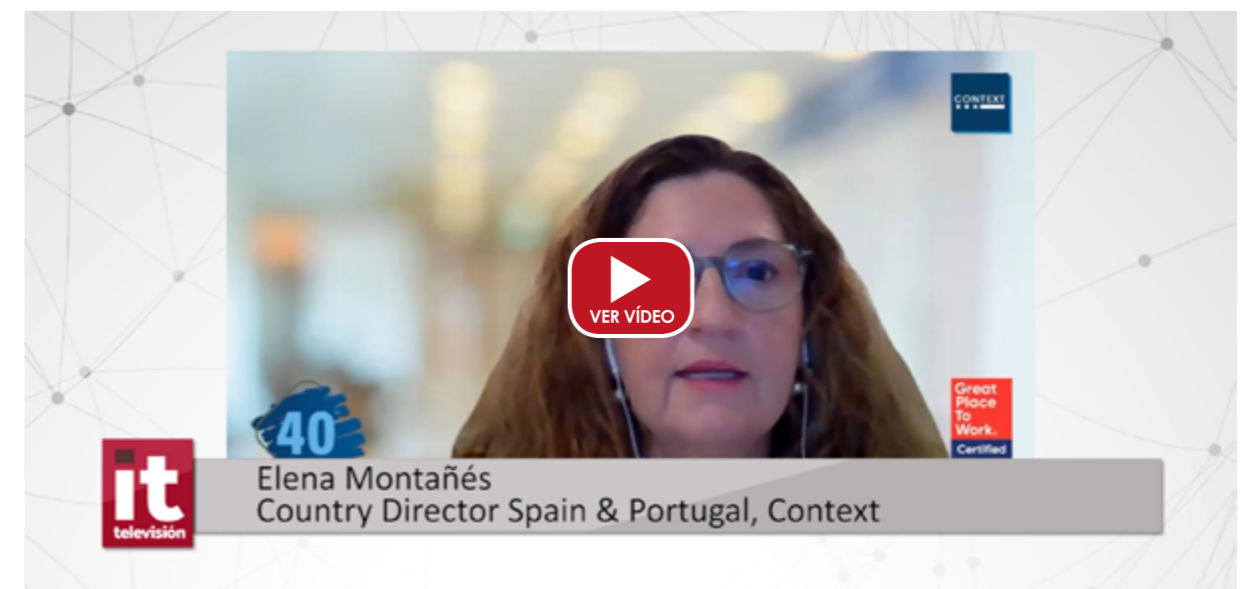
- » [Encuentros ITDM Group 'Hacia la siguiente era Cloud: bienvenidos al futuro'](#)
- » [Factores a tener en cuenta a la hora de adoptar una estrategia multi-cloud](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



MESA REDONDA >> Debatimos sobre los desafíos y oportunidades en torno a la nube y en la importancia de la ciberseguridad.



PONENCIA >> Elena Montañés analiza la evolución del canal durante 2023 y el progreso del mercado cloud en España.

INGRAM MICRO[®]

Redefiniendo la distribución

SIMPOSIUM

10-10-2024

JUEVES

Fira Barcelona Gran Vía

[Más info](#)



#IngramMicroSimposium



Fira Barcelona

TENDENCIAS EN TORNO A LA CIBERSEGURIDAD EN 2024

En 2023 se volvieron a batir récords en materia de incidentes graves en ciberseguridad, con cifras desorbitadas de ataques diarios, dirigidos principalmente a aquellas organizaciones que no están tan protegidas y cuyo perfil suele ser el de pequeña y mediana empresa. ¿Cuáles serán las nuevas tendencias que guiarán el panorama de la ciberseguridad este año y qué papel jugará el canal frente a los retos que están surgiendo en torno a la protección del dato?

Debatimos sobre estas cuestiones con representantes de cuatro importantes jugadores del mercado de ciberseguridad del mercado español: Roland Aveillan, chief sales manager de B-FY; Martín Trullás, director de la división Advanced Solutions en Ingram Micro España; Eduardo Brenes, territory manager de SonicWall España; y Borja Pérez, country manager de Stormshield Iberia.



En el debate, los portavoces han repasado cómo ha evolucionado el negocio de ciberseguridad a lo largo de este pasado 2023 y cuáles son las estimaciones de cara a 2024. Asimismo, han ofrecido sus valoraciones

sobre cómo las empresas están abordando las inversiones en ciberseguridad y qué impacto puede tener en los presupuestos de TI la evolución de la concienciación de las empresas sobre la necesidad de proteger sus activos.

Por otra parte, la falta de talento y de capacidades profesionales ha sido otro de los temas de debate, dado que supone un gran hándicap para las empresas y, sobre todo para el canal, que está asumiendo los servicios a sus

#DEBATE IT

clientes como una forma de solucionar esta necesidad.

Por último, se han repasado en el debate dos tendencias destacadas. Una de ellas se mantiene muy activa en el mercado de la ciberseguridad, la consolidación de jugadores en todos los segmentos y niveles del negocio, y otra toma gran protagonismo, la necesidad de proteger la cadena de suministro para evitar ataques en las organizaciones. ■



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



DEBATE IT >> Debatimos junto a representantes de B-Fy, Ingram Micro, SonicWall y Stormshield, sobre las tendencias que protagonizarán el panorama de la ciberseguridad en 2024.



ROLAND AVEILLAN,
chief sales manager
de **B-FY**



MARTÍN TRULLÁS,
director de la división Advanced
Solutions en **Ingram Micro** España



EDUARDO BRENES,
territory manager
de **SonicWall** España



BORJA PÉREZ,
country manager
de **Stormshield** Iberia



DESCARGA
EL DOCUMENTO
COMPLETO



DESCARGAR

SOLO FALTAS TÚ



SECURIZAME

PLAN DE FORMACIÓN DFIR Y ANÁLISIS FORENSE 2024

<https://www.securizame.com/analisis-forense-2024>

#OPINIÓN

JOSÉ MANUEL NAVARRO
experto en marketing



**FINANZAS SOSTENIBLES
INTELIGENTES**

**LORENZO MARTÍNEZ
RODRÍGUEZ**
experto en ciberseguridad



LO QUE EL PERIODISTA CORTÓ



JOSÉ MANUEL NAVARRO
Experto en marketing

X in

Su larga vida profesional la ha dedicado principalmente al sector financiero, donde ha desempeñado funciones como técnico de organización de procesos y como directivo de marketing. Y, basándose en su formación en biología, ha profundizado en las neurociencias aplicadas a la empresa, lo que le ha permitido dirigir, coordinar e impartir formación en diferentes masters de neuromarketing en escuelas privadas y en universidades públicas. Ha sido socio fundador de diversas empresas y de la entidad de dinero electrónico con licencia bancaria otorgada por el Banco de España [SEFIDE EDE](#), de la que en la actualidad es director de Marketing y Organización. Es autor de “El Principito y la Gestión Empresarial” y “The Marketing, stupid”, además de colaborador habitual del diario Ideal (Grupo Vocento).



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

FINANZAS SOSTENIBLES INTELIGENTES

Han pasado justo dos años desde que se publicó el [artículo Sustainable Financial System](#) en esta tribuna, y seis lustros desde que defendiera mi trabajo fin de máster sobre el [determinante papel del marketing verde en las entidades financieras](#). En ese intervalo de tiempo han sucedido muchos eventos (desde la cumbre de la Tierra en Río hasta la concreción de los objetivos de la Agenda 2030) que han marcado la dirección hacia la que gobiernos, instituciones, empresas, ciudadanos y organismos reguladores deben dirigir sus esfuerzos para garantizar la conservación del medioambiente, mejorar las condiciones de vida de los seres humanos y prevenir los efectos del cambio climático. Uno de los sectores que primero tomaron la decisión de sumar en sus estrategias corporativas compromisos con la sociedad y el entorno natural fue el financiero, incorporando en sus in-

dicadores de desempeño los GRI o [Global Reporting Initiative](#), que ya contemplaban en sus políticas de responsabilidad empresarial para los ámbitos económicos, medioambiental, laboral, cultural y social.

Aquellos GRI evolucionaron hacia lo que conocemos como [criterios ESG](#),

que contemplan los factores que califican a una empresa como sostenible a través de los compromisos ambiental, social y de gobernanza contraídos para el desarrollo de todos sus procesos, sin perder de vista los aspectos financieros y, en particular, los referidos al riesgo climático y sus efectos en todos



los agentes de la economía. Afrontar la modificación de los hábitats naturales y su repercusión en los entornos humanos conlleva también prever las imprevistas e inciertas (por imposibilidad de calcular los efectos reales) consecuencias en los flujos económicos de empresas, hogares y gobiernos, y en la estabilidad financiera global.

Los [Ratings MSCI ESG](#) ofrecen medidas de ESG para poder identificar riesgos y oportunidades en relación con dichos criterios, pero en la actualidad pueden no ser suficientes.

Por ello, la Asamblea General de ONU agilizó la tramitación de la Agenda 2030 y la descripción de los objetivos para el desarrollo sostenible (ODS), con la mirada puesta en la redirección de los flujos financieros hacia un modelo de finanzas sostenibles más comprometido y con el sentido de establecer y compartir un lenguaje común para ellas a nivel global y regional, a través de sistemas unificados de clasificación o taxonomías que definen qué actividades y productos son sostenibles. Mas de 20 países y regiones de todo el mundo han desarrollado, o lo están haciendo actualmente, estas [taxonomías sostenibles o verdes](#).

El enfoque “verde” de la industria financiera en los últimos años se ha

centrado en crear productos y servicios que incorporasen ciertos principios de sostenibilidad, tanto para las fórmulas de inversión como de financiación. En las primeras, la oferta defiende la colocación de dinero en proyectos relacionados con el progreso de las condiciones sociales de la población, con la mejora de la eficiencia energética, con la recuperación de espacios naturales o con la innovación en sistemas de producción con cero emisiones de gases de efecto invernadero. En la financiación, los productos ofertados están limitados para empresas y proyectos que cumplan esas mismas condiciones para ser concedidos.

Un mayor compromiso de la industria ha sido la creación de la [Net](#)

AUNQUE LA IA OFRECERÁ OPORTUNIDADES EMOCIONANTES EN LA EDUCACIÓN FINANCIERA SOSTENIBLE, LOS DESAFÍOS ÉTICOS Y LA NECESIDAD DE GARANTIZAR LA INCLUSIVIDAD Y EQUIDAD DEBEN ABORDARSE CON CLARIDAD Y CONTUNDENCIA

[Zero Banking Alliance \(NZBA\)](#), bajo los auspicios de la ONU y la guía del [Acuerdo de París sobre el Clima](#). La alianza de casi 350 bancos de todo el mundo supone la implicación del 54% del sector para cooperar en el propósito de financiar proyectos climáticos ambiciosos que permitan hacer la transición de la economía real a cero emisiones netas de gases de efecto

invernadero para 2050. De esta forma, los [Principios de Banca Responsable](#) que en su día asumieron, se materializan en objetivos concretos a medio y largo plazo que han de ser revisados según criterios científicos y divulgados para escrutinio y seguimiento público.

En general, podemos decir que todas aquellas entidades han abordado importantes cambios estructurales y procedimentales para refrendar la transformación de la cultura corporativa hacia un modelo realmente comprometido con la sociedad y el medio ambiente. Y seguramente lo han podido hacer, además de por la voluntad real de aliarse en un programa global, por la ayuda de nuevos desarrollos tecnológicos que recientemente han sido impulsados por la Inteligencia Artificial.

La [integración de la IA en el sector financiero](#) ha sido un catalizador para acelerar el cambio cultural y la inno-



vación en procesos financieros. Su aplicación en el ámbito de las finanzas sostenibles está emergiendo como un campo prometedor, aportando nuevos beneficios, asumiendo desafíos y explorando el impacto potencial en la toma de decisiones responsables que conjuguen el rendimiento económico con el impacto social y ambiental.

La capacidad de la IA para analizar enormes cantidades de datos de manera rápida y precisa está desempeñando un papel fundamental en la evaluación de los riesgos ESG asociados con las inversiones, examinando la sostenibilidad de empresas y proyectos mediante el uso de algoritmos avanzados que pueden identificar patrones y tendencias y proporcionar a los inversores una visión más completa de los riesgos potenciales relacionados con aquellos factores ESG.

Cuando la ética se aplica a la toma de decisiones financieras, suele resultar complicado balancear la rentabilidad con la sostenibilidad; en este sentido, la IA puede ayudar a detectar y anticipar a futuro posibles desviaciones de los objetivos de sostenibilidad cuando se evalúan oportunidades de inversión o se plantean soluciones de financiación, garantizando el alineamiento con los principios de respon-

sabilidad social y ambiental. De esta forma, se pueden personalizar las inversiones según las preferencias y valores individuales de cada inversor, su perfil de aversión o apetencia al riesgo y sus objetivos financieros, ofreciendo carteras que cuadran con los criterios de sostenibilidad exigidos (energías renovables, tecnologías verdes, proyectos sociales...) y cumpliendo con las correspondientes obligaciones de diligencia debida sostenible.

En el plano de la gobernanza, la IA permitirá mejorar la transparencia al proporcionar informes detallados sobre el desempeño ambiental y social de las entidades, de sus actividades estratégicas, de los criterios para la concesión de financiación, de sus preferencias para seleccionar opciones de inversión y de la rendición de cuentas a través de la automatización de auditorías y del seguimiento periódico del cumplimiento de indicadores de sostenibilidad.

A pesar de las numerosas ventajas que ofrece, la implementación de la inteligencia artificial en las finanzas sostenibles no está exenta de desafíos. La opacidad, la posible discriminación algorítmica y la falta de estándares éticos son preocupaciones que se abordarán con urgencia en la recientemente creada [Oficina Euro-](#)



[pea de Inteligencia Artificial](#). Entre sus funciones, destacan la de desarrollar herramientas, metodologías e índices de referencia para evaluar las capacidades de los modelos de IA de uso general, en particular los modelos que incorporen posibles riesgos sistémicos; la de supervisar la ejecución y la aplicación de las normas; la de fortalecer la aplicación de normas sobre previsible prácticas de IA prohibidas y sistemas de IA de alto riesgo, apoyándose en el intercambio de información y la colaboración entre las distintas autoridades nacionales, coordinando también la supervisión y ejecución de otras regulaciones de ámbito europeo.

A medida que la tecnología continúa avanzando, es probable que veamos un aumento exponencial en la adopción de la IA en las finanzas sostenibles, redefiniendo la forma en que

se toman las decisiones financieras y contribuyendo al desarrollo de una economía más sostenible y responsable, pero que, en otro plano, desde la perspectiva de los clientes de las entidades financieras, se habrá de tener en cuenta que la “sobre dependencia” de la IA podría llevar a una débil comprensión de los procesos soportados por esta tecnología cuando se trata de tomar decisiones sobre sus posiciones financieras, al menos para la parte de la población que cuenta con menos habilidades tecnológicas y conocimientos financieros.

En este sentido, la educación financiera es algo que se quiere promover desde Europa a través del plan de competencias para adultos, pero en España se está haciendo tímidamente y no de manera igualitaria al no llegar a los sectores más desfavorecidos

(también son los menos digitalizados). Por tanto, la digitalización del servicio financiero mediante IA podrá ampliar aún más la brecha por segmentos, de manera que unos sabrán gestionar sus posiciones sin dificultad y otros no llegarán a comprender cómo analizar el flujo de sus ingresos y gastos o cómo planificar el ahorro. De ahí que sea más necesaria la formación financiera y del uso de tecnologías basadas en IA.

En las finanzas sostenibles, la integración por otro lado de la IA en la propia educación financiera podrá representar una poderosa herramienta para facilitar la utilización de las aplicaciones financieras y ayudar en la toma de decisiones económicas, fomentando a su vez la concienciación en asuntos sociales y ambientales, así como la reclamación a la banca de la ejecución de acciones responsables.

La IA revitalizará la educación financiera personalizando la experiencia del usuario, proporcionando análisis de riesgos en el ámbito de la sostenibilidad y fomentando una toma de decisiones ética, aportando enfoques pedagógicos eficaces para promover un entendimiento profundo de las finanzas sostenibles. Podemos hablar entonces de una “educación financiera sostenible” como

palanca esencial para acompañar a los usuarios menos cualificados digitalmente y para empoderar a las generaciones futuras en la toma de decisiones financieras que consideren tanto el rendimiento económico como el impacto ambiental y social.

La integración de la IA en la educación financiera sostenible ofrecerá oportunidades significativas para mejorar la accesibilidad, la personalización y relevancia de los contenidos informativos y formativos de las ofertas financieras y para orientar sobre las oportunidades de contratación de productos de inversión o de financiación con la certificación de sostenibles, adecuándose a las necesidades reales y a los niveles de conocimiento individuales. Los algoritmos de aprendizaje automático podrán evaluar el progreso de cada usuario, identificar sus áreas de debilidad y ofrecer contenidos personalizados para fortalecer la comprensión de conceptos financieros complejos que les permitan vislumbrar los impactos ambientales y sociales de diversas opciones financieras y adoptar decisiones informadas.

Mediante la presentación de casos de estudio y escenarios simulados, los usuarios explorarán dilemas éticos

relacionados con las finanzas sostenibles, fomentando la toma de decisiones éticas y responsables en su futura vida financiera. Un paso más en la aplicación de la IA, en este ámbito, será mediante el desarrollo de aplicaciones interactivas y experiencias de realidad virtual que sumerjan a los usuarios en entornos financieros simulados. Estas experiencias prácticas ayudarán a vivenciar directamente los desafíos y oportunidades asociados con la toma de decisiones financieras sostenibles.

Desde la perspectiva de los organismos reguladores y de las entidades financieras, la IA podrá ofrecer un seguimiento continuo del desempeño de las personas que participen en los programas formativos, usando algoritmos de análisis para evaluar la eficacia de estos programas y para ajustarlos según las tendencias y las nuevas directivas o legislación en materia de sostenibilidad. Esto garantizará que la educación financiera sostenible se mantenga relevante y efectiva en un entorno financiero en constante evolución y ante un panorama de cambio climático cada vez más perentorio.

Aunque la IA ofrecerá oportunidades emocionantes en la educación

financiera sostenible, los desafíos éticos y la necesidad de garantizar la inclusividad y equidad deben abordarse con claridad y contundencia. Es crucial garantizar que la excesiva personalización no conduzca a la creación de burbujas de información y que la tecnología se utilice para empoderar a todos los segmentos de la sociedad con nuevas capacidades para contribuir activamente a un futuro económico, social y ambientalmente sostenible. ■

MÁS INFO

- » [Global Reporting Initiative](#)
- » [Criterios ESG](#)
- » [Ratings MSCI ESG](#)
- » [ODS](#)
- » [Net Zero Banking Alliance, NZBA](#)
- » [Acuerdo de París sobre el Clima](#)
- » [Oficina Europea de Inteligencia Artificial](#)



**LORENZO MARTÍNEZ
RODRÍGUEZ**
Experto en ciberseguridad



Lorenzo Martínez Rodríguez es ingeniero en Informática por la Universidad de Deusto. Perito informático forense, actualmente es director de la empresa [Securízame](#). Igualmente, es conferenciante habitual en congresos de Ciberseguridad.

LO QUE EL PERIODISTA CORTÓ

Con frecuencia, periodistas de diversos medios no especializados, los llamados medios generalistas, me contactan para hablar sobre ciberseguridad. Sin embargo, en realidad, suelen buscarme cuando una noticia relacionada con un ciberataque de gran magnitud se descontrola y acapara la atención mediática. Esto implica la necesidad de cubrir “la noticia”.

Siempre que me encuentro en conversaciones con periodistas, experimento cierto temor. Me gusta aportar mis conocimientos y expe-

riencia ante un público que necesita que le expliquen un ciberataque, pero me preocupa la posibilidad de malinterpretaciones y la extracción de fragmentos fuera de contexto. Por eso, prefiero que mis declaraciones sean citadas entre comillas de manera literal o, en el caso de grabaciones, que no se editen.

Es comprensible. En la mayoría de los casos, un periodista entrevista a profesionales de diferentes áreas, como médicos, abogados o especialistas en ciberseguridad, y no siempre logra plasmar fielmente sus palabras

en un artículo. En ocasiones, debe interpretar y resumir la información, o se centra en lo que considera más relevante. Esto es normal, ya que un periodista no puede discernir de la misma manera que el profesional entrevistado, qué aspectos son verdaderamente importantes.

Estas situaciones a menudo dan lugar a titulares sensacionalistas o a lo que se podría considerar “click-baiting”, dependiendo de la percepción del periodista.

Recientemente, me encontré en una situación así. Un medio radiofó-



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



nico español me contactó para preguntarme qué medidas podría tomar un hospital ante un ciberataque que involucrara el robo de datos además del ransomware, tanto para prevenirlo como para responder adecuadamente.

Con mi consentimiento, el periodista grabó la conversación y durante unos cinco minutos expuse varias consideraciones. Explicué que en un ciberataque a un hospital con ransomware y robo de datos, se enfrentan a dos problemas distintos:

Por un lado, está el robo de datos, que podrían incluir información altamente sensible sobre la salud de las personas. La publicación de estos datos podría tener consecuencias imprevistas para los afectados.

Por otro lado, mencioné que en un hospital se manejan sistemas de almacenamiento de historias clínicas, pruebas médicas y análisis, cuya pérdida sería catastrófica. Sin embargo, hice hincapié en que muchos equipos utilizados en estos entornos, como los sistemas de control de equipos médicos, funcionan con sistemas operativos Windows que no pueden actualizarse fácilmente debido a su complejidad o a la falta de soporte del fabricante. Si estos equipos fue-

ran inutilizados por un ataque, podría afectar gravemente la capacidad del hospital para brindar atención médica, incluso poniendo en peligro vidas en situaciones críticas.

Ante la pregunta del periodista sobre cómo prevenir tales situaciones, mencioné que una medida efectiva sería ubicar los sistemas críticos en redes independientes, físicamente separadas y protegidas por un cortafuegos con una política de seguridad de forma estricta y robusta que permita únicamente el tráfico necesario y deniegue todo lo demás.

También señalé la importancia de contar con [copias de seguridad a prueba de ransomware](#), almacenadas en diferentes ubicaciones y actualizadas en tiempo real. Sin embargo, reconocí que esta tarea es costosa y compleja debido al gran volumen de datos implicados.

Expuse como ejemplo al periodista cómo determinadas pruebas generan imágenes en alta resolución que como paciente te entregan copia en un CDROM, precisamente porque el volumen de estas era muy elevado. Las necesidades de espacio de almacenamiento por los resultados de esa prueba generados diariamente para todos los pacientes debían ser

muy elevadas. Además, esto hay que mantenerlo disponible durante años y, en el caso de que estos datos fueren cifrados por un ransomware, su recuperación completa desde un sistema de copias de seguridad alternativo debe llevar un tiempo colosal.

Desafortunadamente, el periodista, debido a limitaciones de tiempo, optó por destacar un fragmento de mi intervención que, en mi opinión, no capturó adecuadamente la esencia de la discusión seleccionando el siguiente corte: “Imagina que algunas pruebas médicas generan como resultado imágenes en alta resolución que, como paciente, te entregaban

copia en un CDROM”. Y ya. Mi exposición fue sacada de contexto, sin agregar valor relevante a la noticia.

En conclusión, aunque entiendo las limitaciones del periodismo en cuanto a espacio y tiempo, es crucial que se respete la integridad y el contexto de las declaraciones de los entrevistados para evitar distorsiones y malentendidos en la información presentada al público. ■

MÁS INFO

» [Copias de seguridad a prueba de ransomware](#)



La documentación TIC, a un solo clic



Informe del estado de la optimización de costes TI en 2023

El 95% de las empresas a nivel mundial no optimiza de forma adecuada su presupuesto de TI, y el 16% de los responsables reconocen que su gasto tecnológico necesita una renovación completa. Estos datos demuestran que es imprescindible en las empresas un análisis exhaustivo de cómo controlan sus inversiones, determinando cuáles son los retos que persiguen y en qué áreas van a poner el foco del gasto o del ahorro.



Impacto económico de Cisco ThousandEyes en las redes empresariales

Forrester Consulting ha realizado un estudio Total Economic Impact (TEI) que analiza el retorno de la inversión que obtienen las empresas con el uso de Cisco ThousandEyes para monitorizar redes empresariales y entornos basados en internet, como SD-WAN.



Cómo tener en cuenta el comportamiento humano en la gestión interna de riesgos

Según IBM, el coste medio por una brecha de datos en la administración pública es de casi 2 millones de dólares. Por eso es fundamental contar con una adecuada gestión de riesgos que contemple el comportamiento humano. En esta guía encontrarás las mejores prácticas para minimizar los riesgos, independientemente del punto en que te encuentres en tu avance hacia la transformación digital.



Qué es y por qué se necesita una estrategia avanzada de gestión de servicios de TI

Los cambios repentinos son la norma, y a medida que las empresas se transforman para convertirse en empresas digitales, ¿cómo debe evolucionar la gestión de servicios de TI? Conoce en este documento las claves para poner en marcha una estrategia de gestión de servicios de TI (ITSM) que satisfaga las necesidades empresariales actuales y futuras.

