

Hay veces que un concepto se queda corto para dar a entender lo que realmente supone, y el de Transformación del puesto de trabajo es un ejemplo de ello. Si echamos la vista atrás hace apenas cinco o seis años, encontramos un puesto de trabajo que, en un alto porcentaje de casos, apenas se parece a lo que ahora entendemos como tal. ¿Quieres conocer cómo ha cambiado y, sobre todo, cómo puede cambiar este concepto en los próximos años? Les hemos preguntado a los principales jugadores del mercado para que nos den su opinión.

Miguel Ángel Gómez

Puesto de trabajo como servicio: ¿el final del camino de transformación?

El puesto de trabajo definido por una silla, una mesa, un PC conectado a una red con cable... hace mucho tiempo que dejó de existir. Poco a poco, el cable desapareció, el PC fue cambiando su forma, si bien no acabó de morir como muchos pronosticaban en los 90, y la mesa y la silla fueron cambiando de lugar. Hoy, una parte importante de la fuerza laboral realiza su trabajo cuándo, cómo y desde dónde lo necesita, sin estar irremediamente sujetos a un lugar y momento concreto. Es más,

en algunos casos, ni siquiera cuentan con su propio dispositivo, se conectan a cualquiera a su alcance.

Pero no sólo hablamos de tecnología, sino de una manera de entender el trabajo y, por ende, el espacio para realizar el mismo. Las empresas, en su transformación hacia lo digital, han incrementado sus puntos de colaboración, de ahí que los puestos de trabajo, por seguir llamándolos de la misma forma, deben ser flexibles. Reuniones, viajes, visitas a partners

o clientes, videoconferencias... necesitan una flexibilidad para los trabajadores que no era precisa hace sólo algunos años.

Además, la propia fuerza laboral, las personas, cada vez están cambiando más, y la ola millennial no sólo ha traído consigo nuevas formas de vestir y de moverse por la ciudad, sino que, también, ha supuesto un cambio fundamental en la forma de entender la relación persona-empresa a la hora de trabajar, en la valoración del tiempo libre o la conciliación familiar, o, incluso, en las aspiraciones de evolución en las compañías o en las remuneraciones. La posibilidad de contar con dispositivos propios, adoptados del mundo de consumo, antes de que dispositivos de corte profesional, con menos atención al diseño y más a la se-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



**LA CULTURA Y LAS PERSONAS CAMBIAN
LA MANERA DE TRABAJAR**



guridad, por ejemplo, es sólo la punta del iceberg de esta nueva realidad.

Así las cosas, ponemos todo esto en una coctelera, junto con las mejoras en comunicaciones inalámbricas, la ubicuidad de la nube, las nuevas tendencias en seguridad, las renovadas apuestas de las empresas por la incorporación y retención del talento... y tenemos como resultado un proceso transformador del puesto de trabajo totalmente revolucionario que, lejos de haber llegado a su fin, sigue evolucionando en diferentes líneas y tendencias, sobre las que les hemos preguntado a diferentes jugadores del mercado.

EL PUESTO DE TRABAJO ¿COMO SERVICIO? EN 2019

Tal y como nos explica Ivo del Cid, Offering Sales Specialist Workplace & Mobility services para DXC Technology, "apostamos por que las empresas adopten un puesto de trabajo como servicio basado en una estrategia digital. No existe una definición única para un puesto de trabajo como servicio o de puesto de trabajo digital; de hecho, hay posiblemente tantas como autores tratando la materia. Pero sí existe consenso en el hecho de que, a día de hoy, un puesto de trabajo no es una cuestión tecnológica, sino que representa una manera diferente de entender el entor-

“
La transformación del puesto de trabajo tiene, por defecto, un **impacto positivo en la venta de dispositivos**
”

Ivo del Cid, Offering Sales Specialist Workplace & Mobility services para DXC Technology

no del usuario en su totalidad. No trabajamos igual hoy en día que hace años y eso se debe reflejar en las empresas con puestos de trabajo más flexibles, basados en una estrategia cloud-first / mobile-first y en tecnología más parecida a la que usamos en nuestra día a día personal. Además, la prioridad de un puesto de trabajo digital es mejorar la experiencia de usuario, convirtiéndose éste en el centro del servicio, dejando de lado la estrategia de focalizarse en la gestión del dispositivo, y por tanto, fomentando el concepto de puesto de trabajo como servicio”.

Para Miguel Ángel Fiz, director de Categoría de Sistemas Personales de HP España y Portugal, “sin duda, veremos una fuerte evolución en este sentido. Los entornos con multitud de dispositivos diferentes representan una norma habitual en el mundo

de hoy, y gestionar múltiples tipologías de equipos, sistemas operativos (OS) y varios proveedores, se está convirtiendo cada vez más en un creciente rompecabezas para las organizaciones. En 2019 las compañías se continuarán dando cuenta del valor que tiene transferir recursos a iniciativas más estratégicas en lugar de gastar recursos valiosos de TI en el soporte del ciclo de vida y la gestión del dispositivo. Pero no debemos olvidar que los avances en transformación digital son muy desiguales en función del tamaño de la empresa, del sector y, sobre todo, de la actitud de sus responsables hacia el cambio. Como punto adicional, ahora hay un interés creciente de las empresas por el cambio de Opex a Capex es su ejercicio financiero gracias a la gestión via servicio de este tipo de gasto”.



Desde la perspectiva de Natalia Contell Castillo, directora de Recursos Humanos y desarrollo organizacional de Infortisa, "cada día se observa más en las empresas este viraje hacia el puesto de trabajo como servicio, especialmente aquellos relacionados con el área comercial, la ciberseguridad, la logística y el marketing. Dar una respuesta ágil a las necesidades del cliente es clave para continuar en un mercado cada vez más competitivo y con procedimientos cada vez más automatizados".

Óscar Mata, focus sales PCD de Ingram Micro Ibérica, apunta que "vivimos en una continua transformación del puesto de trabajo. La transformación digital y la redefinición del puesto de trabajo tradicional no han de ser más que la continua búsqueda y necesidad de la empresa en lograr la máxima eficiencia y productividad. Estamos hablando de automatizar procesos, aumentar el

conocimiento de nuestros clientes que nos permitan una personalización de los servicios y productos que les podemos ofrecer. El trabajo inteligente (smartworking) consigue desvincular el lugar donde trabajamos de la ubicación física. Estamos siempre conectados, dependerá de nosotros cuándo y dónde lo hagamos. Tenemos comunicaciones unificadas, servicios en la nube que nos facilitan el flujo de información desde cualquiera de nuestros dispositivos y ubicación. Todos aspectos para una mayor productividad, pero también ventajas en cuanto a flexibilidad horaria, libertad geográfica y conciliación laboral".

En una línea similar se sitúa Patricia Núñez, directora de canal comercial de Lenovo para España y Portugal, al afirmar que "es difícil predecir, pero es cierto que actualmente hay una tendencia cada vez más clara y natural. En Lenovo tenemos claro que en 2019 las

empresas van a estar más preparadas para afrontar diferentes retos como la transformación del puesto de trabajo, aunque somos conscientes de que es un proceso largo y complejo y es normal que surjan "miedos" sobre todo en los entornos móviles debido principalmente a la seguridad".



“Esta transformación en el modo de consumir la tecnología permite que las compañías puedan **renovar sus equipos** de forma más habitual, permitiendo a las empresas contar siempre con la **última innovación tecnológica**”

◀ **Miguel Ángel Fiz**, director de Categoría de Sistemas Personales de **HP** España y Portugal ▶



INFORME IT TRENDS 2019



IT Research ha realizado una encuesta para ahondar en las prioridades tecnológicas de las organizaciones. Los resultados de este trabajo de campo, se reflejan ahora en este Documento Ejecutivo IT Research y arrojan una posición asentada en las organizaciones de los proyectos de transformación digital, adopción de cloud o modernización del puesto de trabajo, así como una excepcional preocupación por la seguridad, si bien revela también que aún queda un largo camino por hacer en áreas como Big Data, IoT, Blockchain o Inteligencia Artificial.



“
Todavía es **necesaria mucha formación**
sobre la digitalización de las empresas y
las **compañías** tecnológicas que hemos sido
pioneras en esto debemos **impulsar este**
cambio de mentalidad
”

Natalia Contell, directora de Recursos Humanos y
desarrollo organizacional de **Infortisa**



En palabras de Rafael González, director de Organización General y RR.HH. de MCR, “las nuevas tecnologías están al alcance de la mayoría de las empresas, así que, si no se avanza más en este sentido es debido a dos motivos: la falta de visión de los directivos y que todavía hay muchos puestos que precisan de la presencia física del trabajador. En el sector de la distribución de TI tenemos la necesidad de digitalizar todos los puestos que lo precisen, y que puedan asumir estos avances, ya que los distribuidores que no lo hagan no

serán competitivos. No sé si 2019 será el año definitivo del puesto de trabajo como servicio, pero sin duda será un gran año para avanzar más en este ámbito”.

Similar línea de opinión al resto de entrevistados muestra Miguel Ángel Cervera, director de Modern Workplace de Microsoft Ibérica, cuando afirma que el puesto de trabajo, “como tantos otros aspectos en nuestro entorno personal y profesional, está experimentando grandes cambios. Ya no sólo como ubicación física, sino que la cultura de trabajo se está transformando por completo. Hay que aprovechar las tecnologías para crear una cultura de trabajo inteligente, flexible y segura. Ésta es una tendencia que seguirá en alza en

2019. A lo largo de este año que acaba de arrancar veremos como el cloud, la Inteligencia Artificial, el Data Management, el Digital Workplace y la seguridad serán las áreas que concentrarán la mayor parte de las inversiones TIC de las organizaciones. Veremos cómo las empresas seguirán moviendo sus aplicaciones a soluciones de nube híbrida, aumentando la inversión en seguridad y en todo lo relacionado con la modernización del puesto de trabajo con el objetivo de mejorar la comunicación, colaboración y productividad de las organizaciones. Tenemos que comenzar a visualizar el puesto de trabajo moderno (Modern Workplace) como presente, no como futuro.

ELEMENTOS ESENCIALES DEL PUESTO DE TRABAJO MODERNO

Según nos comenta Miguel Ángel Cervera, “la tecnología tiene que ser el habilitador o facilitador para que se pueda desarrollar el trabajo en este nuevo entorno. Las soluciones o plataformas de conectividad móvil, como Microsoft 365, Dynamics Field Services y dispositivos móviles como Surface, ayudan a impulsar los negocios y facilitar los cambios culturales necesarios en las empresas. El uso de tecnología, integrada, inteligente y conectada de forma segura, favorecerá la productividad, la experiencia de los empleados y, por tanto, el crecimiento de las compañías”.

Para Patricia Núñez, “los nuevos puestos de trabajo se basan en las personas, la tecnología y los espacios. La adopción de nuevas tecnologías para afrontar la transformación de estos puestos de trabajo permite que estos sitios sean más inteligentes y eficientes, con recursos y herramientas fiables, seguras y de fácil uso al alcance de todos los empleados para facilitar el trabajo en equipo. En cuanto a la ubicación física, cabe destacar que los puestos de trabajo cada vez se asocian menos a un espacio físico”.

En este sentido, Miguel Ángel Fiz señala que “en cuanto a dispositivos se refiere, el puesto de trabajo tiene que incluir equipos

“**Desde Ingram Micro llevamos años ofreciendo servicios DaaS (Device as a Service), claro ejemplo del valor añadido que aportamos al canal**”

Óscar Mata, focus sales PCD de Ingram Micro Ibérica

que cumplan con esas exigencias de flexibilidad, movilidad, seguridad y colaboración/trabajo en equipo. Portátiles ligeros con un diseño muy cuidado que satisfaga los exigentes requisitos de estos nuevos trabajadores, que tengan la posibilidad de colocarse en diferentes modos, con el fin de facilitar esa colaboración. Según un estudio de GfK, hoy en día los usuarios de portátiles están dispuestos a pagar más por productos que les haga la vida más fácil (36,8 %). El complementar estos entornos móviles con puestos físicos ergonómicos donde se conecten a monitores de gran formato (uno o varios) vía docking stations con el protocolo Thunderbolt, es una forma adicional de mejorar la productividad de los usuarios. Asimismo, ese puesto de trabajo debe de contar con equipos donde la seguridad sea un elemento clave, así como la movilidad, permitiendo

llevarlo de un lado a otro y facilitar su uso a través del smartphone, por ejemplo, como con las impresoras profesionales HP. Por último, sin duda, la ubicación física es uno de los elementos clave de los puestos de trabajo en la empresa moderna, y es que deben de ser espacios abiertos que fomenten la colaboración, sin puestos fijos (sólo en los imprescindibles) que permitan la movilidad total de los empleados en función de las necesidades del negocio, y donde la seguridad esté garantizada”.

Desde la perspectiva de Ivo del Cid, “el puesto de trabajo empresarial tiene que ser, de hecho, más personal, permitiendo al usuario trabajar de la manera que prefiera en cada momento y accediendo a sus servicios por el canal que le resulte más cómodo, a través de servicios de soporte digital. La ubicación física es, por supuesto, un com-





“Tenemos claro que en 2019 las **empresas van a estar más preparadas** para afrontar diferentes **retos como la transformación del puesto de trabajo**, aunque somos conscientes de que es un **proceso largo y complejo**”

Patricia Núñez, directora de canal comercial de **Lenovo** para España y Portugal

ponente más en el servicio de puesto de trabajo. Definir una estrategia de puesto de trabajo implica tener una estrategia de ubicación física del empleado. Por tanto, transformar el servicio de puesto de trabajo implica también transformar el entorno físico del empleado, no sólo desde el punto de vista de la ubicación, también en el diseño de las instalaciones y en la aplicación de tecnología que permite un uso más eficiente y, por qué no, más inteligente del espacio corporativo”.

En opinión de Rafael González, “hay muchos frentes de avance y mejora (la nube,

los accesos remotos, la eliminación completa del papel...) y mejorar o extender las funcionalidades del ERP a los canales digitales. Y todo ello sin perder el contacto con las personas. Es muy importante seguir fomentando la interacción de los trabajadores, por lo que, en mi opinión, la empresa más avanzada será la que sepa combinar perfectamente ambas facetas, buscando la digitalización emocional”.

Finaliza Natalia Contell afirmando que “tener una ubicación física común ha demostrado crear mayor compromiso con la empresa y favorecer el trabajo en equipo y un mejor clima laboral. No obstante, gracias al trabajo en red e Internet muchos trabajos se pueden desempeñar desde

cualquier lugar y promover así la conciliación familiar, algo muy valorado por los empleados y que es una medida importantísima de retención del talento”.

EL ROL DEL CANAL EN LA TRANSFORMACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

El papel del canal en esta transformación es, en palabras de Natalia Contell, muy importante, porque “todavía es necesaria mucha formación al respecto sobre la digitalización de las empresas y las compañías tecnológicas que hemos sido pioneras en esto debemos impulsar este cambio de mentalidad y actuar como mentoras para otro tipo de profesionales y empresas”.



SMART CITIES, conectando puntos para crear un futuro más inteligente

Análisis de la situación actual en la evolución de las Smart Cities y la Industria 4.0 y la necesidad de evolucionar ambos ámbitos mediante la interconexión de cámaras, sensores, pantallas y otros elementos gracias a conmutadores de red de gama industrial, diseñados para exteriores y las condiciones extremas típicas de las ciudades y fábricas.

Para Rafael González, “el distribuidor debe ser un asesor con experiencia en el uso de las nuevas tecnologías para poder ofrecer los mejores productos y servicios”.

“El canal es un aliado imprescindible para los proveedores de servicios”, señala Ivo del Cid, “y, como tal, debe formar parte del servicio como un actor más. El canal debe contar con el conocimiento, y deber formar parte del valor añadido que el proveedor del servicio aporta al cliente final, participando en la definición de la mejor estrategia. Debe apoyarse en los fabricantes para tener el conocimiento de cómo los diferentes productos cubren las necesidades del servicio, y debe ser capaz de aportar ese valor al proveedor de servicios, convirtiéndose en un asesor experto. En cuanto a la gestión, es imprescindible que el canal invierta en tener un entorno de gestión moderno, aplicando estrategias de análisis de datos y de inteligencia artificial, para convertirse así en una pieza de valor del servicio, integrando sus capacidades con las del proveedor de servicios”.

Según aporta Miguel Ángel Fiz, “para hacer realidad la transformación de los puestos de trabajo, el papel del canal es clave. Es clave para evangelizar y convencer sobre la importancia de transformar los puestos de trabajo y dar respuesta así al cambiante entorno del mercado. Y es que tal y como des-

“**No sé si 2019 será el año definitivo del puesto de trabajo como servicio, pero, sin duda, será un gran año para avanzar más en este ámbito**”

Rafael González, director de Organización General y RR.HH. de MCR

prende la encuesta de IT Trends, son apenas un 9 por ciento las empresas españolas que afirman haber terminado ya sus procesos de transformación, frente a un 60% por todavía tiene mucho camino por recorrer y alrededor de un 30% que ha avanzado bastante. Aunque los servicios gestionados presentan una nueva oportunidad para el canal, también plantea un reto a la hora de gestionar una multitud de partners en la cadena de suministro. Cabe destacar que indudablemente, la oferta de nuevos productos y soluciones resultantes de los nuevos puestos de trabajo suponen una gran oportunidad para el canal que acoja todas esas novedades, permitiéndoles situarse a la cabeza de la competición. Por ello, es muy importante que el canal continúe certificándose e interesándose por todas las novedades tecnológicas”.

Para Patricia Núñez, “el canal de distribución juega un papel fundamental en la implementación de los nuevos puestos de trabajo. Una de las primeras oportunidades de negocio para el canal vendrá de la mano de los servicios en la nube. La movilidad y el acceso a la información o las herramientas de la empresa desde cualquier sitio, hará necesario que el canal se especialice en migraciones a la nube y todos los servicios que este cambio conlleva”.

En palabras de Miguel Ángel Cervera, “en Microsoft creemos que el canal de distribución y la figura del partner son esenciales en la transformación digital y modernización del puesto de trabajo y, en general, de las organizaciones. En un escenario en el que muchas empresas buscan simplificar sus inversiones en tecnología y despreocuparse de



¿Te avisamos del próximo IT Reseller?





“ Hay que **aprovechar las tecnologías** para crear una **cultura de trabajo inteligente, flexible y segura**, una tendencia que seguirá en alza en 2019 ”

Miguel Ángel Cervera, director de Modern Workplace de **Microsoft Ibérica**

todo el proceso de transformación, que ya no es un proceso con un principio y un fin, sino que debe ser dotado de una continuidad para seguir el ritmo de innovación que demanda el mercado y los consumidores”.

TRANSFORMACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO Y SU EFECTO EN LA VENTA DE DISPOSITIVOS

Según nos explican desde Microsoft, “una estrategia de transformación del puesto de trabajo va más allá del dispositivo, pero también es un pilar importante para su éxito. Si existe un mercado que se ha transformado casi de manera radical, ése ha sido el del PC. Tras unos años de caída, los ordenadores personales -llamémosles tradicionales o de sobremesa-, están dejando paso a soluciones portátiles -los conocidos como 2 en 1-, es decir, equipos que están a caballo entre

los tablets y los portátiles, y por los que actualmente se están decantando usuarios y empresas. Para fomentar la flexibilidad laboral e impulsar sus estrategias de movilidad, las empresas están apostando por equipos potentes, seguros y que posibiliten que sus empleados puedan realizar su trabajo de la mejor manera posible, independientemente de dónde se encuentren”.

Para Lenovo, “nuestros portátiles profesionales facilitan la transformación de los negocios y ofrecen una movilidad única, por ello, la demanda de estos dispositivos es bastante alta para este tipo de procesos, lo cual, repercute de forma positiva en nuestras ventas. Uno de nuestros objetivos es ofrecer a los clientes las mejores soluciones para poder llevar a cabo esa transformación de la manera óptima. Los 2 en 1 son versátiles y se adaptan a

los pormenores a través de servicios gestionados para así centrarse en su verdadera actividad, el partner es la respuesta. Tener un contacto en el que la empresa pueda depositar su confianza y que actúe como asesor especializado en la tecnología y los procesos de negocio específicos o industrias verticales resulta clave. Los partners juegan una gran baza, ya que pueden hablar de un modo claro e inteligente sobre las necesidades de la industria del cliente, proponiendo las soluciones mejor adaptadas a cada caso concreto y acompañando a la organización durante



CIBERRIESGOS: su impacto en las pymes

Los ciberataques pueden acarrear consecuencias nefastas para la supervivencia de cualquier empresa. CEPREVEN, CEPYME y UNESPA han elaborado esta guía, un compendio de buenas prácticas que permitirá a las pymes conocer cómo enfrentarse a los riesgos y protegerse ante incidentes, minimizar su impacto, garantizar la recuperación de aquello que haya podido resultar dañado y, asegurar la continuidad del negocio tras un ataque.



¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

todo tipo de situaciones, permitiendo al usuario conectarse en cualquier lugar y en cualquier momento. Siendo realistas, los millennials y las generaciones venideras ocuparán gran parte de los puestos de trabajo del futuro y estos usuarios están acostumbrados a trabajar con este tipo de tecnología, por lo que el impacto en las ventas de estos dispositivos cada vez será mayor”.

Desde el punto de vista de Ingram Micro, “los principales fabricantes de dispositivos llevan tiempo presentando productos para facilitarnos esta transformación. Dispositivos siempre conectados, con mayor duración de la batería, sin esperas, en los que la pantalla se conecta automática sin necesidad de encenderlo. Nuevos dispositivos de comunicaciones unificadas. Se trata tan solo de ejemplos de nuevos dispositivos. Adicionalmente, desde Ingram Micro llevamos años ofreciendo servicios DaaS (Device as a Service), un claro ejemplo del valor añadido que aportamos al canal”.

Desde la perspectiva de HP, “esta transformación en el modo de consumir la tecnología permite que las compañías puedan renovar sus equipos de forma más habitual, permitiendo a las empresas contar siempre con la última innovación tecnológica, lo que generan más ventas

de dispositivos. La oferta de dispositivos actual, en todos sus formatos, es cualitativamente muy diferencial respecto al que configuraba puestos de trabajo hace solamente tres o cuatro años, y mejoran la experiencia de usuario y su productividad de forma notable. Existe una tendencia viral en las organizaciones donde todos los usuarios quieren adoptar estos nuevos

productos una vez han visto su implementación en otras partes de las organizaciones, dadas sus obvias ventajas y eso es una oportunidad para incrementar ventas, bien por renovación de equipos acelerando el ciclo de reemplazo, o bien, por adición de nuevas soluciones que mejoren la experiencia de los equipos ya disponibles. Asimismo, el negocio de los servicios gestionados es una gran oportunidad para todos, tanto para los fabricantes como para los distribuidores, supone la oportunidad de poder acompañar a los clientes a adaptarse a este nuevo entorno y transformar



sus sistemas informáticos, poniendo foco en pasar de un negocio transaccional a un negocio contractual. En la transición desde un modelo clásico transaccional a uno contractual, existe una apasionante oportunidad para fortalecer la relación proveedor-cliente. Un mayor nivel de satisfacción del cliente gracias al suministro de servicios personalizados y de alto valor puede generar nuevas fuentes de ingresos”.

En opinión de Infortisa, “cuanto más digitalizadas estén las empresas más necesidad de productos tecnológicos va a haber, especialmente todos aquellos relacionados con la conectividad. Sin duda, las empresas dedicadas al sector tecnológico se verán favorecidas”.

Para MCR, “si nos referimos a la transformación en sí, evidentemente la digitalización afecta de manera positiva a la venta de dispositivos. Lo vemos, por ejemplo, en los colegios, donde las tabletas y pizarras digitales están sustituyendo a los cuadernos y las tizas, o en el hogar, donde las notas en los frigoríficos se han sustituido por mensajes de voz; o en el trabajo, donde ya ni se lleva el tener tarjetas de visita...”

Por último, desde DXC nos apuntan que “la transformación del puesto de trabajo tiene, por defecto, un impacto positivo en la venta de dispositivos. El portátil y el PC de sobre-



mesa no han muerto, como se pronosticaba hace pocos años, ni morirán en los próximos años. Por otro lado, las tabletas y los teléfonos inteligentes se han convertido en un complemento indispensable en el día a día de los usuarios. Esto hace que, con una estrategia flexible, el número de dispositivos a gestionar en un puesto de trabajo empresarial se incremente. Forma parte también de la idea de flexibilidad que el usuario pueda utilizar diferentes dispositivos en función de sus preferencias y de su situación. Por lo tanto, parece más razonable esperar que se tengan que gestionar tres o cuatro dispositivos por usuario que esperar una reducción en el volumen de dispositivos. Los proveedores de software también van en la línea de proporcionar varias licencias por usuario, fomentando el uso de múltiples dispositivos. Las empresas centradas en la venta de estos productos tienen que diversificar su oferta para poder cubrir todo el espectro de dispositivos, y tienen que fomentar la venta consultiva, ya que nadie escoge un dispositivo por sus capacidades técnicas, lo hace por sus capacidades de operatividad y



por preferencias personales, siendo el caso de los sistemas operativos móviles uno de los más indicativos de esta preferencia. Las empresas, por su lado, deben fomentar catálogos de dispositivos amplios y de diferentes fabricantes, dejando que el usuario escoja el dispositivo, y aplicar estrategias de BYOD y COPE que son perfectamente integrables en cualquier puesto de trabajo sin que ello represente una brecha de seguridad ni un problema de gestión. En un entorno empresarial con un volumen de miles de usuarios, deberíamos encontrar desde dispositivos thin-client hasta portátiles, tabletas, teléfonos móviles y, además, algunos de ellos propiedad de la empresa y otros del empleado”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Aquí puedes leer la versión íntegra de las entrevistas realizadas para la confección de este reportaje](#)



[La realidad digital de la empresa española](#)



[Tecnologías que se impondrán en el puesto de trabajo digital](#)



[Mesa Redonda: La Transformación del puesto de trabajo](#)