Mayo 2016 - nº 12

it User
TECH & BUSINESS

Transformación Digital en la Banca

Workstations, rendimiento y fiabilidad al servicio de la productividad

Mesa Redonda IT: Los nuevos desafíos del Cloud Computing

Seguridad y almacenamiento, protagonistas de los IT Webinars

Cloud 2.0

Retos y oportunidades de una nueva forma de hacer negocio

La nube es una realidad. Y, ahora, ¿qué?

Que el cloud computing ha llegado para quedarse es una obviedad que no sorprenderá a nadie. Pero lo cierto es que, tras años hablando de las bondades de la nube, ésta se ha convertido en una realidad en las empresas. Éstas, en mayor o en menor medida, han dado o están dado el paso hacia la nube, y ahora tienen por delante la imperiosa necesidad de asumir nuevos retos en pos de avanzar en la ansiada Transformación Digital.

Porque la nube llegó con promesas de flexibilidad en el pago, que muchos asociaron a ahorros de costes, y escalabilidad cuando fuera necesaria por la evolución del negocio, pero preguntados los protagonistas del mercado, como hemos hecho tanto para nuestro reportaje En Portada como en la Mesa Redonda IT, quizá el principal driver que las empresas valoran en la nube es la agilidad, dado que les permite dar respuesta rápida a las exigencias del negocio y los clientes.

Hablando de las exigencias del negocio, éstas están forzando el avance de las empresas hacia la Transformación Digital, y precisamente éste será el hilo conductor de dos eventos que convertirán a Madrid en el foco de atención del mundo TIC español. Hablamos de Reimagine 2016, el gran evento anual de Hewlett Packard Enterprise, del que ofrecemos una amplísima información con todos los detalles de lo que los asistentes podrán encontrar allí, y de Digital Enterprise Show, la primera edición de la cita que quiere convertir a la ciudad de Madrid en la capital mundial de la Transformación Digital. Pero como esta transformación hay que llevarla a los diferentes sectores, ofrecemos un especial, de la mano de Huawei, sobre cómo la tecnología está ayudando a transformar el sector financiero.

Pero en este número hemos incluido otro especial, más centrado en la tecnología en sí. Hablamos de estaciones de trabajo, en colaboración con HP Inc, la perfecta unión entre rendimiento y fiabilidad, que busca su espacio en entornos más exigentes.

En definitiva, un número de mayo en el que ofrecemos más de 140 páginas de información que esperamos que disfrutes.

Juan Ramón Melara
IT Digital Media Group

IT Digital MEDIA GROUP

Juan Ramón Melara
juanramon.melara@itdmgroup.es

Miguel Ángel Gómez
miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Arancha Asenjo
arancha.asenjo@itdmgroup.es

Bárbara Madariaga
barbara.madariaga@itdmgroup.es

Colaboradores
Hilda Gómez, Arantxa Herranz, David Marchal, Alfonso Hernández (Barcelona), Sergio López
Diseño y maquetación revistas digitales
Contracorriente
Diseño y maquetación proyectos especiales
Eva Herrero
Producción audiovisual
Antonio Herrero, Ismael González
Fotografía
Ania Lewandowska

IT Reseller TECH&CONSULTING
IT User TECH & BUSINESS
IT televisión

Clara del Rey, 36 1º A
28002 Madrid
Tel. 91 601 52 92

Hewlett Packard
Enterprise

Microsoft pondrá fin al soporte de SQL Server 2005 el 12 de abril de 2016

¿Qué significa esto para las empresas?

Ahora es el momento.... De modernizar su IT, transformar su negocio, impulsar las ventas e incrementar la fidelidad de sus clientes con Hewlett Packard Enterprise

Hablamos con Óscar Ortega, responsable de consultoría de data center para tecnologías Microsoft en Hewlett-Packard Enterprise

Visite el Diálogo IT

Sumario

Actualidad

HAS 2016: Una mejor conectividad, clave de la Transformación Digital

AsLAN 2016 se suma a la moda de la digitalización

Salesforce ultima los preparativos para Essentials en Madrid

DE-CIX abre un nuevo intercambio de Internet en Madrid

El INTA acogerá el Dynatrace Perform Day

La digitalización, vital para el futuro de las empresas y la Sociedad

España avanza el desarrollo de la Sociedad de la Información

RSC: Lucha contra la pobreza infantil

Especiales

Hewlett Packard Enterprise

Descubra lo que podrá ver en Reimagine 2016

HUAWEI

Transformación Digital del Sector Financiero

Workstations: rendimiento y fiabiliad al servicio de la productividad

DES DIGITAL ENTERPRISE SHOW

DES 2016 convertirá a Madrid en la capital mundial de la Transformación Digital

Synology

Synology apuesta por el almacenamiento NAS para seguir creciendo en España

Índice de anunciantes IT User

Hewlett Packard Enterprise
Fujitsu
Salesforce
HP Inc.
Cisco
Digital Enterprise Show
Atos
Hewlett Packard Enterprise
DES 2016
Grupo Solitium
Ninja Twitter
IT Webinars
Fundación Adelias
Teldat
Elium
Yes Management

En Portada

Cloud 2.0, retos y oportunidades de una nueva forma de hacer negocios

IT Webinars

Evolución y adaptación del almacenamiento al TI actual

Seguridad intrínseca con VMware: micro-segmentación

Mesa Redonda IT

Los nuevos desafíos del Cloud Computing

NO SOLO it

Fujitsu
World Tour
2016

FUJITSU

Ven.

25 de mayo

@Digital Enterprise Show
IFEMA - Pabellón 8

→ Regístrate aquí

Human Centric Innovation
in Action

Event Sponsor

intel

Platinum Sponsors

CITRIX NetApp vmware

Huawei Analyst Summit 2016 establece la relación entre la transformación de la sociedad y la mejora de la conectividad

Una mejor conectividad, clave de la Transformación Digital

Huawei ha organizado en la ciudad china de Shenzhen su Huawei Global Analyst Summit, HAS 2016, un foro en el que ha querido mostrar su visión de la Transformación Digital que, a decir de la compañía, debe partir de un mundo mejor conectado.

Miguel Ángel Gómez. Shenzhen (China)

Huawei ha reunido unos 500 analistas en la ciudad china de Shenzhen, al sur del país, en un evento, HAS 2016, que, bajo el lema Growing Together Through Digitalization and Building a Better Connected World (Creciendo juntos a través de la Digitalización y construyendo un mundo mejor conectado), quiere mostrar la estrategia de la compañía en lo referido a la Transformación Digital.

Tal y como señaló William Xu, executive director of the board y chief strategy marketing officer de Huawei, "un mundo mejor conectado representa una profunda transformación digital de la sociedad".

"La digitalización se está acelerando, y esto mejora la eficiencia y la experiencia de uso en cada aspecto de nuestra vida", señalaba, y se apoyaba en un dato, la conectividad global ha crecido un 5% en 2015, según el Global Connectivity Index.

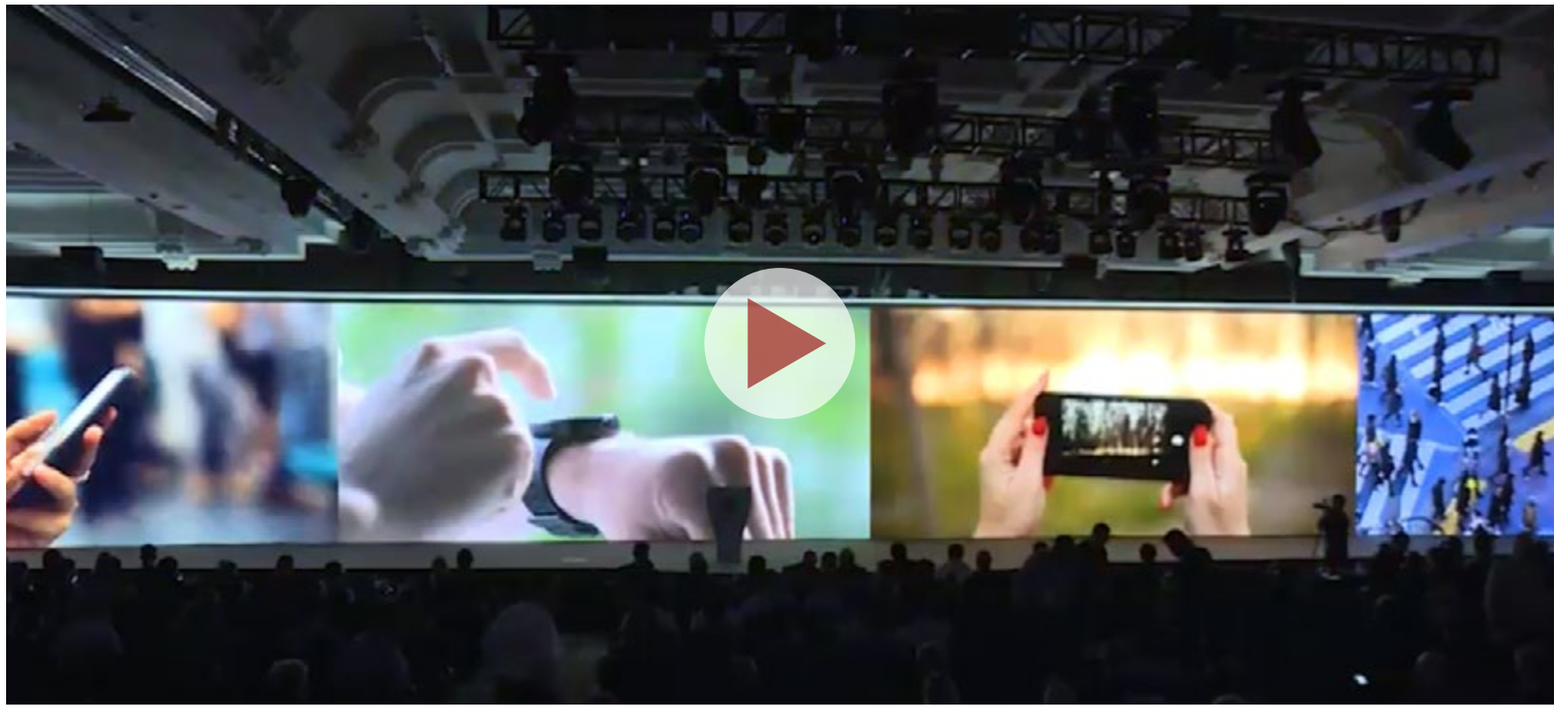
Por su parte, Eric Xu, CEO rotatorio de Huawei, mostró las claves de la estrategia "todo cloud" por la que apuesta Huawei, una reconstrucción de la infraestructura TIC que tiene como foco ofrecer una experiencia ROADS. Esta experiencia se basa en el concepto presentado por Huawei hace un año, esto es, Real-Time, On-Demand, All On-line, DIY y Social, y requiere de una transformación profunda no sólo de la red y el hardware, sino también de las operaciones y los servicios que se construyan sobre la infraestructura. La estrategia anima a la planificación de recursos de hardware compartidos, arquitecturas de software distribuido y automatización.

El objetivo de Huawei es convertirse en defensor, promotor y líder de esta tendencia de "total cloud".

Precisamente esta infraestructura, la red, fue de los ejes de la ponencia de Ryan Ding, Huawei Executive Director of the Board, President of Huawei's Products & Solutions, que ha centrado sus palabras en las oportunidades que esta transformación de la realidad supone para todos los implicados, incluida la propia Huawei.

"Los cambios cuantitativos en TIC provocan cambios cualitativos en el mundo", remarcó, además de señalar que se abre una oportunidad de 1 billón de dólares en servicios y otro en el despliegue cloud, en esta transformación digital de los negocios.

En todo caso, recalcaba, hay que seguir trabajando en redefinir las infraestructuras y en mejorar el rendimiento de la red, permitiendo, asimismo, el despliegue de todo aquello que está por conectarse con el desarrollo de IoT (el 99% de las cosas que podrán conectarse no lo están a día de hoy); desarrollar el potencial de la red con un ancho de banda que permita mejorar las experiencias a los usuarios (tanto en consumo como en empresa); multiplicar el potencial de los datos llevando los sistemas TIC a la nube; desarrollar plataformas abiertas y arquitecturas ágiles para los diferentes escenarios de negocio, sobre todo pensando en industrias verticales, para lo que Huawei seguirá potenciando en ecosistema. De hecho, este ecosistema cuenta ya con 10 Openlabs por todo el mundo y más de 600 partners, y Huawei espera invertir en su desarrollo hasta 1.000 millones de dólares, lo que le ayudará a alcanzar una cifra de 1 millón de desarrolladores en el año 2020.



HAS 2016 en imágenes

Clicar para ver el vídeo

Huawei ha reunido unos 500 analistas en HAS 2016, bajo el lema Growing Together Through Digitalization and Building a Better Connected World, para mostrar la estrategia de la compañía en lo referido a la Transformación Digital

Una estrategia "Todo Cloud"

La Transformación Digital para Huawei debe pasar por cloud, y, más concretamente, por una estrategia "Todo cloud" como base para digitalizar el desarrollo industrial, la innovación en los operadores, y asegurar la experiencia del usuario. Y el HAS 2016 ha servido de

marco para la presentación de una estrategia que sitúa la nube como base para la transformación digital de los operadores, las diferentes industrias y la experiencia de los usuarios.

Si hace un año asumían el concepto de experiencia ROADS (Real-time, On-demand, All-online, DIY, y Social), ahora presentan una estrategia que busca desplegar esta experiencia, y, según la cual, la nube es la única vía para proporcionar una infraestructura eficiente y ágil.

La estrategia se basa en la redefinición de la infraestructura de red en cuatro elementos: equipamiento, la propia red, los servicios y las operaciones, aprovechando aspectos tales como la colocación centralizada de recursos de hardware, una arquitectura de software distribuida, y una total automatización de operaciones. La red se mueve a una arquitectura basada en el centro de datos, con todas las funciones de red, los servicios y las aplicaciones corriendo en el centro de datos en la nube.

Para ello, Huawei ha invertido en el desarrollo de una infraestructura de centro de datos en la nube, un siste-

La estrategia Todo Cloud anima a la planificación de recursos de hardware compartidos, arquitecturas de software distribuido y automatización

Connecting to the Next Stage of Innovation

Clicar para ver el vídeo

ma operativo cloud (FusionSphere), una plataforma de Big Data (FusionInsight) y un entorno SaaS distribuido (FusionStage), para, a partir de ahí, proporcionar a los clientes soluciones de transformación en diferentes escenarios.

Ecosistema y red, bases para la visión de Transformación Digital de Huawei Business Group

Por lo que a Huawei Business Group respecta, una plataforma tecnológica adecuada y el ecosistema de partners, son dos de los elementos clave que la definen.

He Dabing, president of Marketing and Solutions Sales Enterprise Business Group, repasó la estrategia de la compañía en esta área para 2016, que pasa por cuatro tendencias: la convergencia de redes cableadas e inalámbricas bajo una misma gestión y seguridad y proporcionando una misma experiencia al usuario; la red como un servicio, pero no solo en lo referido a la gestión, sino también la entrega de aplicaciones; el desarrollo de IoT, que impondrá nuevos retos a la red, entre ellos el de la seguridad para las nuevas amenazas; y las redes definidas por software.

Y es que, al hilo de la evolución de las nuevas tecnologías y SND, una adecuada relación entre la nube, la red y el dispositivo es la clave para acelerar la transformación digital de las empresas. Por eso, apoyándose en

la innovación, Huawei quiere construir un ecosistema sostenible y rentable sobre una plataforma Agile, que debe ser abierta, flexible, segura y elástica.

La firma ha ratificado, como ya hiciera en esta pasada edición de CeBIT, su compromiso de trabajar con los partners, que ya proporcionan el 76% de las ventas de Huawei en este segmento, en la creación de soluciones innovadoras y de valor para empresas de diferentes sectores y la Administración Pública. Y para soportarlo, Huawei quiere apoyarse en tecnologías como Cloud y Big Data, para construir una plataforma elástica, que crezca al ritmo que necesite el negocio; abierta, aprovechando el desarrollo de terceros; y flexible, que sirva para los diferentes sectores industriales.

Huawei renueva su imagen. Focus Persevere Breakthrough

Clicar para ver el vídeo

Enlaces relacionados

- HAS 2016
- NarrowBand IoT, Wide Range of Opportunities

Hola, somos Salesforce.

Podemos ayudarte a innovar con tus públicos.

salesforce

CONNECT TO YOUR CUSTOMERS
IN A WHOLE NEW WAY

©2015 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce.com is a registered trademark of salesforce.com, inc., as are other names and marks herein.

www.salesforce.com/es

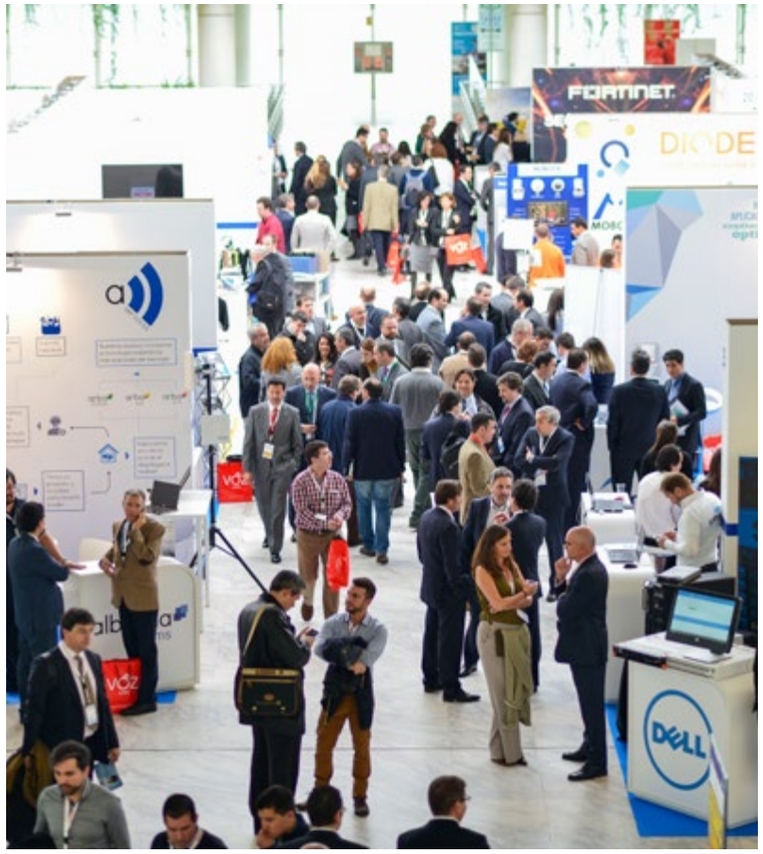
El congreso cerró sus puertas superando las previsiones de asistencia

ASLAN 2016 se suma a la moda de la Transformación Digital

La Transformación Digital en un mundo hiperconectado. Ése fue el eje del Congreso&EXPO ASLAN2016, que, en su XXIII edición, amplió un 30% su área de exposición e incrementó, en más de un 15%, su cifra de visitantes frente a los datos de 2015. El objetivo era mostrar a las empresas el camino de la Transformación Digital.

Los días 13 y 14 de abril, el Palacio Municipal de Congresos de Madrid acogió una nueva edición del Congreso&EXPO ASLAN, un evento que ya se ha convertido en una cita ineludible para directivos y técnicos interesados en conocer los últimos avances y soluciones en torno al mundo de las infraestructuras digitales en red. En su edición XXIII, Congreso&EXPO ASLAN2016 contó con la participación de 83 empresas, 65 expositores, y reunió a más de 150 expertos que debatieron sobre el papel de las TIC en el fenómeno de la Transformación Digital y las últimas tendencias, tales como cloud híbrida, seguridad de red, movilidad e Internet de las Cosas.

El objetivo era atraer a cerca de 5.000 visitantes profesionales, superando en un 15% la cifra del pasado año. Y finalmente el objetivo se logró. La XXIII edición del Congreso&EXPO ASLAN2016 cerró sus puertas con una cifra récord de visitantes. Un total de 4.825 profesionales visitaron el Palacio Municipal de Congresos de Madrid para comprobar, de primera mano, cómo la tecnología puede transformar sus negocios.



Transformación digital

Este año el encuentro se centró especialmente en el papel que el talento y las tecnologías en red desempeñan en la transformación digital, un fenómeno que supone una gran oportunidad para CIO, responsables de TI, partners y proveedores especializados. En palabras de Markel Gruber, presidente de la asociación, “queremos ayudar a las compañías a aprovechar las ventajas de las nuevas tendencias, junto con las nuevas tecnologías como el cloud híbrido, Big Data, la movilidad o el Internet de las Cosas. Queremos formar parte de la consolidación del cambio digital y presentar el beneficio que supone para la industria y los profesionales de TI”.

Según los responsables de @asLAN, esta transformación supondrá para muchas empresas un cambio

LA V EDICIÓN DEL SMART ENERGY CONGRESS TAMBIÉN ABRIÓ SUS PUERTAS

La tecnología y la innovación son los mejores aliados para fomentar la eficiencia energética y la sostenibilidad. Así lo considera la asociación enerTIC que, durante el Congreso & Expo @asLAN 2016 celebró una nueva edición de su Smart Energy Congress, la quinta que lleva a cabo.

Esta edición estuvo centrada en "Follow the Innovation. Be Efficient." y se encontraron las últimas soluciones tecnológicas y los proyectos más innovadores.

El Congreso estuvo estructurado en ocho sesiones principales englobadas dentro de las temáticas: Smart Cities (Buildings, Office, Home, eGovernment9, Smart World (Mobility, Collaboration, Industry), Smart Sustainability (Green IT), Smart Tech (Data Centers, IT Infrastructure, IoT, Smart Data) y Smart Energy (Grid, Energy Efficiency).

También se amplió la Zona Expo donde las empresas presentaron sus últimas novedades y en el Speaker's Corner para mostrar su aplicación práctica.

El Smart Energy Congress & Expo 2016 es un foro multidisciplinar dirigido a directivos de empresas tecnológicas, directores de tecnologías de la información y CIO consultorías e ingenierías, empresas de servicios y soluciones energéticas, ayuntamientos, agencias de la energía y organizaciones interesadas en soluciones para mejorar su eficiencia energética, ahorro de costes y aumento de su sostenibilidad.

en la estrategia corporativa, modelo de negocio y cultura. Incluso, ya está siendo un importante impulsor del crecimiento tanto del sector, como de la propia asociación, pues este año han sumado 91 empresas asociadas y esperan cerrar el año con el centenar.

"En los últimos años, el cloud, las smart cities o el Big Data han sido tendencias que han transcendido más allá del mundo TI. De manera similar, ocurre ahora con la Transformación Digital, que viene a consolidar y reforzar el papel de la tecnología en organizaciones de todos los sectores, desde la banca, la educación o la sanidad", añade el Presidente de la asociación @asLAN.

Foros Tendencias Tecnológicas

La seguridad y el despliegue de infraestructuras de red para impulsar la Transformación Digital centraron los dos Foros Tendencias Tecnológicas sobre los que giró Congreso&EXPO ASLAN2016.

Por un lado, el foro tendencias "El reto de la seguridad, para empresas y gobiernos hiperconectados", trató aspectos como la identidad digital, la seguridad en las nuevas redes corporativas, la seguridad en movilidad, la protección del centro de datos y la ciberseguridad. Por otro lado, el foro tendencias "Tecnologías para impulsar empresas y gobiernos más digitales", analizó las nuevas tendencias en la red y el centro de datos, la movilidad y comunicaciones, las redes y dispositivos inalámbricos, la analítica en redes, y la integración en red de infraestructuras públicas y privadas.

El congreso contó con una sala de coloquios, en la que responsables de grandes infraestructuras digitales del sector público y privado hablaron sobre la aportación de estas tecnologías en la Transformación Digital

Cloud híbrida, seguridad de red, movilidad e Internet de las Cosas, ejes del congreso de este año

“El Congreso&EXPO anual se ha convertido ya en un referente para todos los profesionales interesados en seguridad, movilidad y despliegue de infraestructuras en red, que darán soporte a la Transformación Digital”

de sus organizaciones, así como con cuatro Speaker Corners, donde se realizaron presentaciones y demostraciones en las áreas de colaboración y movilidad, WiFi Indoor y outdoor, seguridad de red y analítica, y virtualización y centros de datos. Además, se habilitó una zona específica para partners, con conferencias y un panel de debate sobre las oportunidades de negocio de la red y el modelo as-a-service.

Administración Pública

La Administración Pública jugó un papel clave en esta edición del congreso. No en vano, la organización ya señaló, meses antes de la celebración del evento, el rol que tiene que adoptar la administración como impulsor de la tecnología. “Hay muchas oportunidades de cooperación entre la Asociación y las instituciones públicas, desde colaborar en la difusión de los logros que se están alcanzando en el nivel de implementación de la tecnología, hasta desarrollar planteamientos dirigidos al ámbito político, para que las inversiones en tecnología, sean consideradas más estratégicas y prioritarias”, aseguró en su momento Jesús Pampyn, Presidente de @asLAN. “Las SmartCities, eHealth o eGovernment son claros ejemplos de transformación digital, donde la tecnología juega un papel fundamental para mejorar la eficiencia y ofrecer nuevos servicios al ciudadano. Desde hace años la asociación viene colaborando con los responsables de tecnología de ministerios, ayuntamientos, empresas públicas... y ahora, con el auge de la transformación digital en un entorno ‘hiperconectado’, hay más oportunidades para innovar, crear servicios más sostenibles y promover la eficiencia”.

Y para muestra un botón. La asociación entregó sus Premios a la Administración Pública durante el primer día del congreso como una forma de fomentar la colaboración público-privada y promocionar e incentivar la competitividad de los nuevos proyectos que se están haciendo en los organismos y entidades públicas.

Y, además de estos galardones, los responsables TIC que han liderado los proyectos finalistas en las distintas categorías tuvieron un papel destacado en distintos coloquios en los que intervinieron CIO y responsables de grandes infraestructuras digitales de compañías privadas y organismos públicos, como FCC, La Caixa, Banco Santander, Servicio Andaluz de Salud, Ayuntamiento de Valencia o el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, para compartir con los asistentes sus experiencias en este ámbito.

La próxima edición tendrá lugar los días 15 y 16 de marzo de 2017 en el mismo Palacio Municipal de Congresos de Madrid. “Durante este año 2016 la asociación pondrá en marcha foros, coloquios sectoriales y tours tecnológicos con el fin de apoyar a los profesionales IT” finaliza la asociación.

Enlaces relacionados

- AsLAN
- Congreso & Expo asLAN 2016
- Smart Energy Congress
- Transformación Digital en la empresa española

Elite x2

Diseñado para responsables IT, irresistible para los usuarios

Elite x2 1012, con procesador Intel® Core™ m7, le ofrece todo el rendimiento y la productividad profesional.

Intel Inside®. Para unas soluciones potentes.

Seguridad profesional

Seguridad líder en la industria que ayuda a proteger su información en movimiento.

Mantenimiento en sus instalaciones[1].

Sus expertos IT pueden intercambiar sus componentes in situ para reducir periodos de inactividad

Creado magistralmente

Estilo elegante con el mejor teclado profesional.

keep reinventing

Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.

El teclado HP Advanced se vende por separado o como una función opcional. No están disponibles todas las funciones en todas las ediciones o versiones de Windows. Los sistemas pueden requerir la actualización o la compra por separado de hardware, controladores, software o actualizaciones al BIOS para poder aprovechar las funciones de Windows al máximo. Windows 10 se actualiza automáticamente y siempre está habilitado. Podrían aplicar tarifas ISP y requisitos adicionales con el tiempo para realizar las actualizaciones. Consulta http://www.microsoft.com.

1 Mantenimiento por HP Support, Técnicos certificados de HP, Proveedores de servicio autorizados de HP o participantes en el Programa Self-Maintainer de HP. Vea más información en hp.com/partners/SMprogram.

© Copyright 2016 HP Development Company, L.P. La información contenida en este documento está sujeta a cambios sin previo aviso. Intel, el logotipo de Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas comerciales de Intel Corporation en EE.UU. y/u otros países. Microsoft, Windows y el logotipo de Windows son marcas comerciales o marcas registradas de Microsoft Corporation en Estados Unidos y/u otros países.

El evento se celebrará dentro del Digital Enterprise Show

Salesforce ultima los detalles de Essentials Madrid 2016

Salesforce celebrará en Madrid una nueva edición de Essentials que, en esta ocasión, tendrá lugar dentro del marco que ofrece el Digital Enterprise Show. Para conocer los detalles de esta cita, hemos querido conversar con Enrique Polo de Lara, VP regional y director general de Salesforce Iberia.

Tal y como nos explicaba Enrique Polo de Lara, "Salesforce Essentials es el evento anual más importante de tecnología cloud de España, y este año cobra aún más relevancia por su inclusión en Digital Enterprise Show, que se celebrará del 24 al 26 de mayo en las instalaciones de IFEMA en Madrid".

Esta edición de Essentials, nos comenta, "acogerá las principales novedades de Salesforce y dará voz a más de 20 clientes de distintos sectores y tamaños que han trabajado con la plataforma Salesforce. Creemos firmemente que el cliente es el mensaje y nada mejor que sus testimonios para reflejar las capacidades de nuestra tecnología".

Por este motivo, "en Essentials 2016 se podrán encontrar sesiones dirigidas a sectores específicos como servicios financieros, retail, manufacturing, utilities, transporte y viajes, telco y media. Asimismo, los visitantes encontrarán tracks de demostraciones en directo y, además, tendremos la zona dedicada a desarrolladores con sesiones de formación y talleres".

Reforzando la comunidad

Una cita como Essentials es importante para Salesforce. De hecho, según nos describe el propio Polo de Lara, "para nosotros es importante convocar a nuestra comunidad y que conozca de primera mano nues-

tras novedades. El contacto directo con el conjunto de nuestro entorno es irremplazable. En eventos así se impulsan nuevas ideas y se descubren necesidades y tendencias que marcarán la transformación digital de las empresas".

Y es que Essentials "se dirige a profesionales de la tecnología y también a aquellos que pertenecen a otras áreas como marketing, ventas, experiencia de clientes y operaciones. Al fin y al cabo, las innovaciones tecnológicas tienen como objetivo apoyar funciones de negocio concretas distintas de las propias de TI. La tecnología es el instrumento para transformar procesos y apoyar ideas. Constantemente aparecen nuevas aplicaciones específicas que aprovechan nuestra tecnología y nuestra visión de las comunidades en las áreas más diversas de la empresa".

Duplicar la cifra de asistentes

A la hora de hablar de un evento, hay que hablar de previsiones de asistencia. En este sentido, Enrique Polo de Lara nos confirma que en la pasada edición de Essentials Madrid "contamos con más de 2.000 asistentes de nuestra comunidad de clientes, partners y desarrolladores. La celebración de Essentials en DES potenciará la convocatoria, por lo que esperamos doblar el número de visitantes, aunque esto pueda parecer muy optimista".

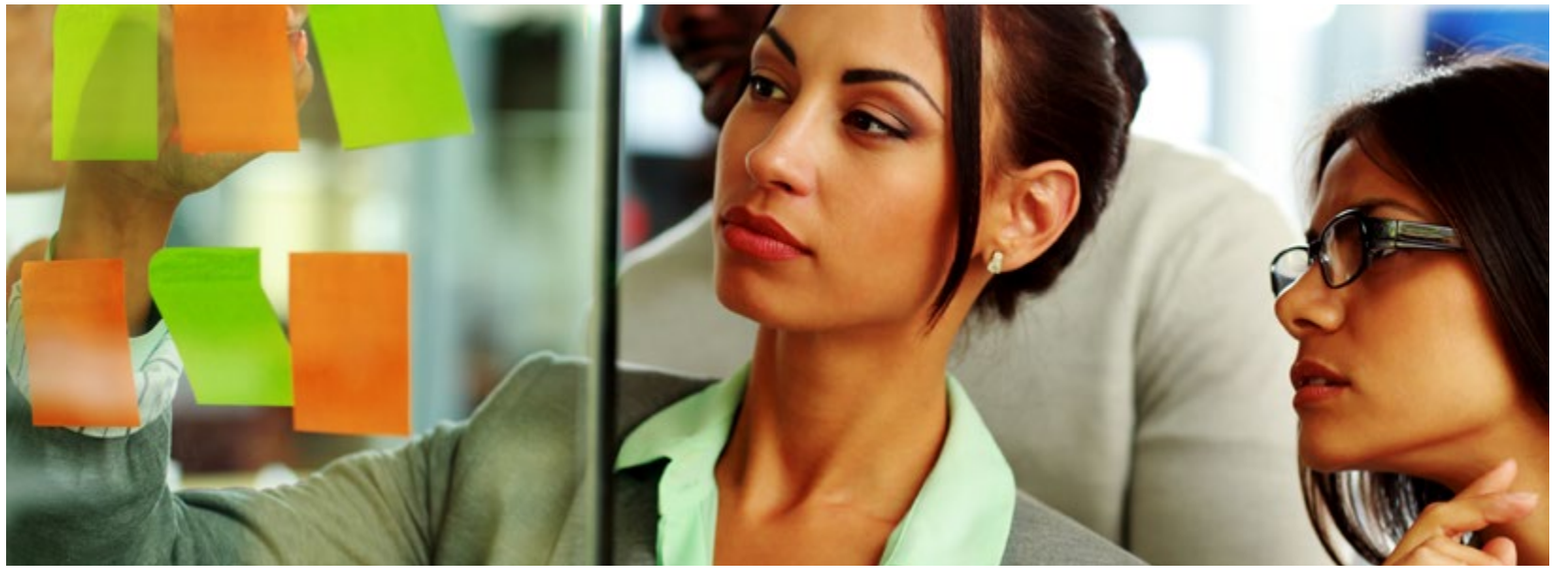
Desde la compañía estiman que éste es un evento que los asistentes no deben perderse porque, como nos comenta nuestro interlocutor, "presentaremos las últimas novedades de nuestra plataforma y contaremos con espacios específicos para compartir con los visitantes referencias de clientes. El visitante se asombrará con las aplicaciones que nuestros clientes están desarrollando en las áreas más diversas".

Junto con esto, los contenidos protagonistas este año serán, "principalmente, tres. Por un lado, la presentación en España de Coder Dojo, una iniciativa en la que colabora la Fundación Salesforce que consiste

"Essentials acogerá las principales novedades de Salesforce y dará voz a más de 20 clientes de distintos sectores y tamaños que han trabajado con la plataforma Salesforce"

Enrique Polo de Lara, VP regional y director general de Salesforce Iberia

Essentials se dirige a profesionales de la tecnología y también a aquellos que pertenecen a otras áreas como marketing, ventas, experiencia de clientes y operaciones



en un entorno para enseñar a niños de 8 a 16 años a programar y diseñar aplicaciones sobre su plataforma Salesforce. Dentro de Essentials 2016 celebraremos la primera sesión en vivo de este taller con una selección de 40 niños. En segundo lugar, destacar que dentro del stand con el que contaremos en DES, las PYME tendrán un papel protagonista dentro del espacio que hemos denominado PYME Room, donde invitamos a nuestros clientes de empresas de menor tamaño a mostrar sus experiencias con Salesforce. Para terminar, destacar el Partner Theater, donde nuestros partners expondrán sus casos de éxito de proyectos con Salesforce".

Una edición especial

El hecho de celebrarse dentro del Digital Enterprise Show hace que esta edición sea especial. En palabras de nuestro entrevistado, "por un lado, tenemos la presencia de Salesforce en DES, con un stand en el Exhibition Hall y con participación en varias de las conferencias organizadas durante los 3 días de evento. Dentro de nuestro stand desarrollaremos el Essentials Madrid el miércoles 25 de mayo, en el que habrá una serie de sesiones y espacios específicos para acoger a diversos perfiles de asistente tanto por tamaño de empresa como por sector".

"Confiamos en que DES se convierta en una cita obligatoria para los directivos que quieran conocer y compartir las últimas novedades de la innovación tecnológica mundial", continúa Enrique Polo de Lara, y añade que "este nuevo evento realmente impulsará la transformación digital en las empresas y las administraciones públicas europeas, aspecto que es fundamental dentro de la filosofía y el modelo de negocio de Salesforce. Asimismo, esperamos que el evento sirva para convertir Madrid en un polo de atracción de cualquier actividad relacionada con la transformación digital, algo que desde Salesforce España valoramos como fundamental para crear el contexto adecuado de cara a la difusión de nuestra actividad".

Para finalizar, Polo de Lara incide en un mensaje, "nuestros 15 años de experiencia como empresa en la nube y los testimonios de clientes son la mejor manera de comprobar en directo que nuestro enfoque es realmente transformador y que la aplicación de la lógica cloud, de la movilidad, de las tecnologías de análisis y la ciencia de datos a las organizaciones está cambiando no solo la interacción con el cliente, sino todos los aspectos de la empresa".

Pueden encontrar más información y acceso al registro a través de este enlace.

Enlaces relacionados

- Salesforce
- Salesforce Essentials Madrid

12 de Mayo, 2016
Madrid

Cisco Connect

We're ready. Are you?

Contact an Expert

Intel®
Patrocinador Principal

La Oportunidad Digital

Cisco Connect 2016

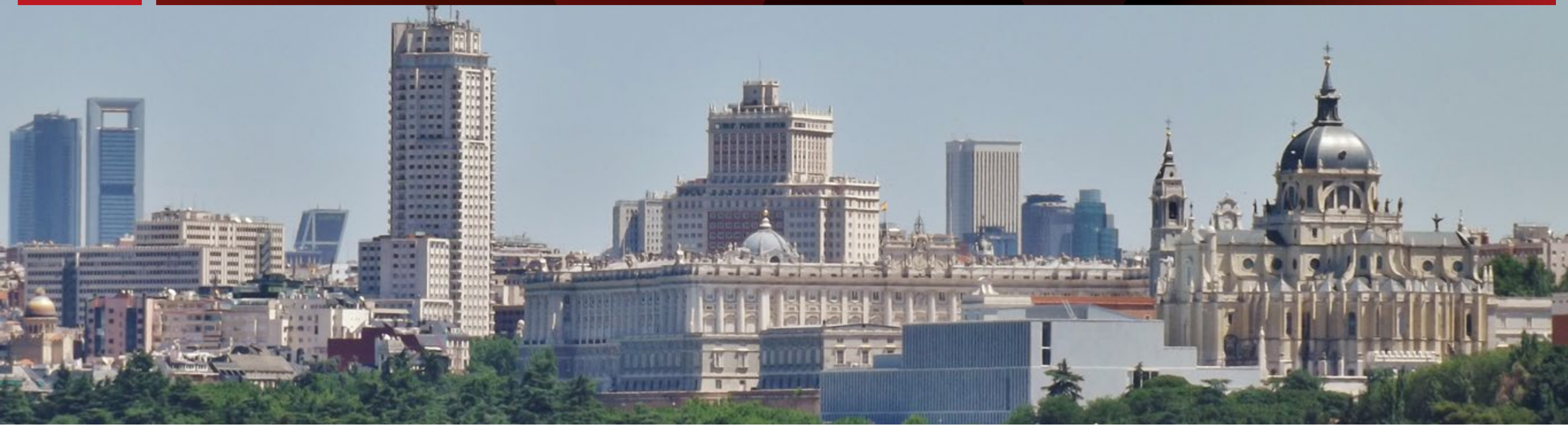
La Oportunidad Digital

Le esperamos en Cisco Connect, uno de los eventos más destacados del sector de las TI, el 12 de mayo en los Cines Kinépolis de Pozuelo (Madrid), a partir de las 09:00 horas.

Cisco Connect 2016

We're ready. Are you?

Regístrese ahora y asegure su plaza.
Para más información, Visite la página web de Cisco Connect



La situación geográfica de la capital de España, clave a la hora de abrir este punto neutro

DE-CIX abre un nuevo intercambio de Internet en Madrid

DE-CIX se ha decantado por España a la hora de abrir un nuevo punto neutro. Concretamente, éste estará en Interxion Madrid, y buscará aprovechar el crecimiento del tráfico que está registrando el área de África Occidental.

DE-CIX, compañía proveedora de intercambios de Internet, anunció el pasado mes de abril su decisión de abrir un intercambio de Internet en Madrid. Esto supone grandes ventajas para España, que se va a convertir en un puente de tráfico entre Europa y el tráfico de África Occidental. Así lo considera Thomas King, CIO de DE-CIX, quien se ha mostrado convencido de que "mucho tráfico provendrá de África" y "la situación de la Península Ibérica no puede ser mejor".

Los motivos de elegir Madrid

A grandes rasgos, "el intercambio de Internet suministrará un punto de interconexión y conexión voluntaria entre redes neutral y fiable para proveedores de servicio de Internet de España y Portugal y para el tráfico de África que llega a Madrid a través de Lisboa".

Pero, ¿por qué la capital de España? Thomas King destaca, sobre todo, su situación geográfica. "Madrid es desde hace mucho tiempo el centro de una extensa red de telecomunicaciones debido a su localización estratégica en medio de la Península Ibérica".

Además, y tal y como destaca la propia compañía, España tiene uno de los mayores mercados de telefonía móvil de Europa y el mercado de transmisión de vídeo va en aumento. No obstante, "el desarrollo de plataformas de interconexión va a la zaga".

Según palabras de Harald A. Summa, director general de DE-CIX, "hemos identificado una necesidad creciente de plataformas de interconexión fiables en todo el mundo. A los usuarios de Internet les molesta que se interrumpan o entrecorten sus llamadas o vídeos debido a una calidad pobre. El incremento del tráfico de Internet es exponencial debido a servicios tales como vídeo, juegos o la nube. Nosotros damos asistencia a proveedores de servicios de Internet en todo el mundo ofreciendo a sus clientes la mejor experiencia de uso posible".

Para Harald A. Summa, "Madrid es una coyuntura crucial para numerosas redes de telecomunicaciones y para muchos sistemas por cable. DE-CIX dará soporte a los operadores del mercado para interconectar con una plataforma compartida fiable y, con ello, mejorar la calidad de su red".

Y es que el tráfico de Internet se va a incrementar "pasando del 30% al 50% a corto plazo", señala Thomas King, quien puntualiza que esta cifra no afecta "particularmente a España", pero sí a la Unión Europea. En el caso de nuestro país, éste "se está sumando rápidamente a la transformación digital, estamos viendo cómo el tráfico se incrementa y el área africana está cobrando especial relevancia. Consideramos que Madrid va a ser un punto clave en este crecimiento".

Acuerdo con Interxion

DE-CIX Madrid se ubicará en un centro de datos independiente del operador. En concreto, en el centro de datos de Interxion, que ofrece acceso a más de 50 operadores e ISP. Se creará en la plataforma tecnológica DE-CIX Apollon y reducirá el tiempo de conexión a un máximo de cinco días hábiles. Se espera que DE-CIX Madrid esté operativo en el segundo trimestre de 2016.

Esto supone que, en menos de un año, Madrid será la cuarta ciudad de Europa del sur que se beneficie de un intercambio DE-CIX, tras Palermo en Italia, Marsella en Francia y Estambul en Turquía.

"Interxion ha ofrecido numerosas facilidades a DE-CIX a la hora de establecer el punto neutro en Madrid", destaca Thomas King. "Es un partner muy importante para nosotros en todos los países en los que estamos implantados, facilitándonos la conexión con otros proveedores

La nueva plataforma de DE-CIX en Madrid mejora la calidad y la capilaridad de los servicios de Internet en la Península Ibérica

de servicio, ayudándonos en el desarrollo de nuestro negocio y trabajando muy estrechamente con nosotros. Para nosotros, es un gran proveedor de centro de datos".

Presentación en asLAN 2016

El anuncio de la apertura de un punto neutro en Madrid coincidió con la celebración de asLAN 2016. El CIO de DE-CIX estuvo presente en esta nueva edición del congreso donde participó en una ponencia del Foro "Infraestructuras TIC para impulsar empresas y gobiernos más digitales".

El Congreso & EXPO asLAN 2016 "representa una gran oportunidad para una compañía como DE-CIX para poder reunirse con clientes potenciales. Están presentes importantes compañías de redes, con lo que también representa una gran oportunidad para poder hablar con la comunidad de Internet e intercambiar puntos de vista".

Y es que España se ha convertido "en un país muy importante para nuestro negocio". DE-CIX es una compañía alemana con sedes en Frankfurt, Hamburgo o Múnich, entre otras, y que aspira a ser un referente en el resto de Europa. "Creemos que el mercado español es muy profesional y crece de manera muy rápida. Los proveedores de servicio, tanto en España como en Portugal, son locales, intercambian tráfico de manera local y esto supone grandes beneficios. Nosotros estamos convencidos de que mantener el tráfico local supone una mayor rapidez y calidad en el servicio, evitando retrasos innecesarios, fomentando el mercado y su competitividad".

El aumento del tráfico IP como consecuencia del contenido en vídeo, juegos online y servicios cloud, han sido razones clave para que este punto neutro gestione su plataforma de peering desde Interxion Madrid

Lo que está claro es que el mercado ibérico y el alemán son diferentes "Franckfurt, por ejemplo, es un punto de tráfico global" con sus beneficios. "Pero no hay que olvidar que el ser regional es importante en esta área".

Enlaces relacionados

- Quién es DE-CIX
- Interxion
- Estudio sobre el crecimiento del tráfico móvil

¡APROVECHE EL DESCUENTO EXCLUSIVO POR SER UN IT USER!

IT USER, como Media Partner de **DIGITAL ENTERPRISE SHOW 2016** que se celebra entre el 24 y el 26 de mayo en Madrid, en el recinto de IFEMA, ofrece a sus lectores un **descuento exclusivo del 25%** a la hora de adquirir sus entradas para el evento.

MADRID, 24-26 MAYO

CÓMO DISFRUTAR DE ESTE DESCUENTO

Para aprovechar este descuento, solo tiene que acceder al registro, seleccionar el tipo de entrada que desea, y utilizar este código exclusivo para lectores de IT User. Automáticamente, disfrutará de un descuento del 25% sobre el precio oficial.

it User TECH & BUSINESS

Código exclusivo para lectores de IT User:
thmm3k

DES DIGITAL ENTERPRISE SHOW

> REGÍSTRESE

El INTA acogerá el Dynatrace Perform Day

En un marco de alto rendimiento como es el INTA, el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial, Dynatrace mostrará cómo aprovechar la monitorización del rendimiento de las aplicaciones para incrementar beneficios y reducir costes.

Gartner estima que actualmente una gran compañía maneja una media de 871 aplicaciones para el desarrollo de su negocio, por lo que su correcto funcionamiento ha pasado a ser vital para el éxito de las empresas. En un entorno donde el mundo digital ha transformado definitivamente la naturaleza de las organizaciones, el rendimiento de éstas es clave para generar una experiencia de usuario positiva que apoye la generación de beneficios y cree una relación de confianza y seguridad con el usuario.

Según un reciente informe de Dynatrace, el sector del lujo es uno de los más retrasados en la definición de estrategias de comercio electrónico, pues sus ventas digitales no superan el 10% del volumen total. Y todo ello pese a un contexto donde la transformación digital es "un reto ineludible", explica Antonio García, Vicepresidente para el Sur de Europa en Dynatrace. "La transformación digital no es una opción, sino una necesidad imperativa para las empresas, ya que asumirla o no significa seguir compitiendo en el mercado o quedarse fuera de él", continúa.

Dynatrace celebrará el próximo 19 de mayo en las instalaciones del INTA (Instituto Nacional de Técnica

Aeroespacial), en Madrid, un evento (pincha aquí para más información) en el que buscará trasladar a los asistentes la necesidad de hacer una transformación digital donde el "rendimiento digital sea piedra filosofal de este nuevo escenario. Tengamos en cuenta de que se trata de hacer descansar sobre la tecnología procesos de negocio, relaciones con los clientes, con proveedores y asegurar que todo el entorno tecnológico funciona, y lo hace correctamente, es vital".

Recientemente, Dynatrace lanzaba al mercado una nueva versión de su solución de análisis del funcionamiento de las aplicaciones de negocio desde el punto de vista que experimenta el usuario (DC RUM), con especial enfoque en el escenario actual caracterizado por multitud de aplicaciones funcionando en distintas plataformas y contra el centro de datos, denominados dinámicos. El lanzamiento de esta solución supone facilitar a las compañías la transición hacia un entorno de operaciones de TI orientadas a servicios, que de por sí genera una mayor complejidad a la hora de asegurar que los clientes están experimentando una buena experiencia, y para lo que es necesario disponer de una visibilidad global y sencilla de toda esta complejidad tecnológica. "Nosotros ofrecemos una suite de soluciones para asegurar ese rendimiento óptimo, pero además desde el punto de vista del usuario, del cliente. Ofrecemos a las empresas capacidad para que sepan, no solo que está teniendo una buena experiencia en su relación con nosotros a través de la tecnología, sino también cómo es esa relación, qué piensa, cómo nos valora, es decir, radiografiamos esa relación. Además, somos capaces de adelantarnos a los posibles problemas, detectarlos antes de que sean percibidos por los usuarios, y corregirlos antes de que ocurran. Con todo ello, creo que Dynatrace, mucho más que un suministrador de soluciones tecnológicas, se transforma en un socio estratégico de negocio, y nuestra relación con nuestros clientes, así lo demuestra", apunta el Vicepresidente para Sur de Europa de Dynatrace.

Antonio García, Vicepresidente para el Sur de Europa en Dynatrace.

Durante la jornada del día 19 de mayo en el INTA, además de conocer las instalaciones de un lugar donde el rendimiento de las aplicaciones es fundamental para el correcto funcionamiento de sus operaciones, se podrán conocer diversos casos de éxito de clientes de Dynatrace, que han optado por sus soluciones de gestión del rendimiento digital para adaptar sus negocios al nuevo escenario en el que se desarrollan. Según García, "todos los profesionales, sea cual sea su posición dentro de una organización, que consideren vital para el negocio el impacto digital, pueden encontrar en este evento el conocimiento más avanzado en torno al mundo del rendimiento. Además, tiene la posibilidad de intercambiar opiniones, experiencias, escuchar casos reales de nuestros clientes, y conocer nuestros últimos desarrollos en este ámbito. Sin duda, se trata de un evento creo que imprescindible en el mundo del rendimiento digital". Más información e inscripciones en este enlace.

Enlaces relacionados

- Dynatrace Perform Day
- 10 buenas prácticas para mejorar el rendimiento de SharePoint
- Rendimiento de procesos SAP, imisterio resuelto!
- 6 formas de incrementar la calidad y velocidad en la entrega de aplicaciones
- 7 métricas de rendimiento para crear mejor software y más rápido

powering progress
with your business technologists

Con presencia en 66 países y una plantilla de 86.000 Business Technologists, Atos es una compañía internacional de servicios de tecnologías de la información que proporciona a su cartera global de clientes servicios TI en Consultoría e Integración de Sistemas, Operaciones Gestionadas y BPO, operaciones Cloud, soluciones Big Data y Seguridad, así como servicios transaccionales a través de Worldline, líder europeo y operador global de servicios de medios de pago. Gracias a su profunda experiencia en tecnología y conocimiento de todos los mercados, trabaja con clientes presentes en los diferentes sectores de actividad.

Atos es Partner Mundial de Tecnologías de la Información para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos. Está especializada en tecnología aplicada al negocio que impulsa el progreso y ayuda a las organizaciones a crear su firma del futuro.

Para más información acerca de nuestra compañía, visite **es.atos.net**

Your business technologists. **Powering progress**

Atos

AMETIC celebra su 2º Encuentro de Economía Digital

La digitalización,

vital para el futuro de las empresas y la Sociedad

Proveedores tecnológicos y Administración constataron en la segunda edición del Encuentro de Economía Digital de AMETIC, celebrado bajo el lema "Claves de la Transformación Digital", la necesidad de aplicar políticas e implantar proyectos de digitalización para conseguir que tanto las empresas como el sector público cumplan con los objetivos de crecimiento y servicio que demanda la economía. Asimismo, se alertó de la premura de aplicarlos para poner a España al nivel de Europa.

José Manuel de Riva, presidente de AMETIC, durante la inauguración del 2º Encuentro de Economía Digital en la Bolsa de Madrid.

Preocupación pero también esperanza es lo que se respiró en el 2º Encuentro de Economía Digital que AMETIC organizó a primeros del pasado abril con la participación de empresas proveedoras de soluciones tecnológicas y representantes del mundo empresarial. Inquietud por el freno que la situación política de nuestro país pueda originar en el impulso de la tan necesaria digitalización, cuyo avance se analizó en las dos jornadas del encuentro, y esperanza por las numerosas iniciativas y propuestas que hay sobre la mesa, así como por la llegada de una generación de trabajadores y personas que exigirán vivir en una sociedad digital e impulsarán a su vez, su adopción.

"España no está en el lugar que debiera en la omnipresente Revolución Digital. Nuestro país sigue estando lejos de dónde deberíamos estar en nuestro entorno más próximo: Europa"

José Manuel de Riva, presidente de AMETIC

“La digitalización no espera”, José Manuel Soria

“Nos encontramos atravesando un periodo de intensos cambios e incertidumbre, que vienen propiciados por razones tanto externas como internas, que no deberían frenar los logros alcanzados y que en el caso de España, vemos desde el mundo empresarial con creciente preocupación”, dijo José Manuel de Riva, presidente de AMETIC, en la apertura del 2º Encuentro de Economía Digital, que se celebró en el palacio de la Bolsa de Madrid.

El presidente de la patronal tecnológica señaló además que “es necesario aprovechar la Revolución Digital en curso, para lograr que nuestro país se dote de los recursos y de las herramientas que nos permitan diseñar un futuro mejor”. Sin embargo, advirtió que “España no está en el lugar que debiera en la omnipresente Revolución Digital, ni en términos relativos ni en términos absolutos. Nuestro país sigue estando lejos de dónde deberíamos estar en nuestro entorno más próximo: Europa. Y ocupamos un puesto con poca relevancia en los indicadores internacionales. Tenemos que ser mucho más ambiciosos”. Y la ambición de AMETIC pasa por que “la tecnología digital sea una cuestión de Estado, de todo el Estado, no siendo suficiente con considerarla una cuestión más, dentro de una amplia cartera de prioridades, si no en considerar las TIC como un elemento trasversal clave y prioritario, palanca de cambio real de nuestra economía, de nuestra educación, de nuestros servicios públicos y de nuestra estrategia como país”.

José Manuel Soria, Ministro de Industria durante su intervención en el #2EED_AMETIC

Desde la asociación, advierten que es urgente contar con un marco legal estable y predecible para el desarrollo sostenible de un mercado online de bienes físicos y digitales, que sea claro y eficaz para todas las partes y donde se pueda establecer una competencia justa

Segundo Encuentro Economía y Transformación Digital. AMETIC

Clicar para ver el vídeo

entre los actores. Asimismo, consideran que la inversión en innovación debe llegar al 3% del PIB y mejorar la maquinaria educativa digital, entre otras medidas, para fortalecer la industria TIC del país.

En su discurso de inauguración, de Riva se manifestó contundente: “no nos falta talento, ni recursos, ni capacidad. Nos falta convencernos de las oportunidades que estas tecnologías ofrecen a cualquier sector para cambiar su entorno. Nos falta determinación. Nos falta convencernos de la necesidad de una transformación digital real de nuestra economía”.

El encuentro contó también con la participación de José Manuel Soria, que era Ministro de Industria, Energía y Turismo, en funciones, durante la celebración del mismo, para quien la situación política que vivimos está incidiendo negativamente en la economía, frenando avances y postergando decisiones. No obstante, recalcó que España se encuentra en un momento de recuperación económica, creciendo a un 3,4% y creando empleo; y que el proceso de digitalización se viene abordando hace casi cuatro años, cuando se publicó la Agenda Digital para España, en cuyos muchos de sus puntos “hemos avanzado bastante, pero no es suficiente”, dijo. “Hoy tendríamos que estar planteándonos el desarrollo de la agenda 2016-2020. Cuando en mayo se apruebe la nueva estrategia de la UE deberíamos estar preparados y…desgraciadamente, dada la situación que vivimos aún no lo hemos hecho. La digitalización no espera”, sentenció Soria.

Directivos de Altran, Ericsson y NEC que participaron en la mesa redonda sobre cómo monetizar y crear valor con la Transformación Digital, moderada por Arancha Asenjo, socia de IT Digital Media Group.

Por su parte, Juan Rosell, presidente de CEOE, afirmó que “para los empresarios españoles, asumir plenamente la obligación de estar en la economía digital es una necesidad impostergable”. Rosell recordó que las empresas se van enfrentando con los retos que supone la transformación digital, lo que exige un gran esfuerzo por parte de los sectores público y privado, “del que no podemos desviarnos”. También señaló que el camino hacia un mercado único digital no solo lleva a nuestras organizaciones a competir con los países de Europa, sino también con las de Estados Unidos y el área Asia-Pacífico, “que nos llevan bastante ventaja”.

Asimismo, advirtió que “debemos aceptar que si bien vamos a generar más empleo, también vamos a destruirlo. Por ello tenemos que buscar las nuevas áreas laborales e intensificar nuestra presencia”. Insistió además del presidente de la CEOE en la necesidad de in-

El 2º Encuentro de Economía Digital de AMETIC analizó las claves de la transformación digital y su estado en los sectores de automoción, salud y finanzas

Clausura del 2º Encuentro de Economía Digital a cargo de Víctor Calvo-Sotelo, Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

tensificar la ciberseguridad.

La visión europea de la transformación digital la puso Markus J. Beyrer, director general de BusinessEurope, quien apuntó que "la digitalización no es una opción más. Es una necesidad para Europa si queremos volver a la senda de una recuperación sostenida". Beyrer se lamentó de que sólo el 1,7% de las empresas de la UE hacen uso de tecnologías digitales avanzadas, y a su vez señaló que en 2025, Europa podría añadir un valor bruto a su industria de 1,25 billones de euros gracias a la digitalización. Pero, sin esta transformación, las pérdidas potenciales pueden ser de hasta 600 millones de euros para el año 2025; más del 10% de nuestra base industrial. "Para ello, Europa debe hacer los movimientos correctos en los datos, el empleo, las habilidades y la infraestructura", dijo el directivo de la patronal empresarial europea.

La representación institucional del encuentro de AMETIC contó también con Víctor Calvo-Sotelo, Secretario de Estado en funciones de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, quien clausuró el evento. En su intervención, se refirió a la necesidad de plantearse una nueva Agenda Digital, "renovando objetivos". En el desarrollo de la Agenda Digital para España, el SETSI anunció que elevará a 100 millones de euros las ayudas de la segunda convocatoria del programa de Ciudades Inteligentes, frente a los 48 millones iniciales, por el elevado número de proyectos presentados y la calidad de los mismos. Calvo-Sotelo también repasó otras iniciativas puestas en marcha por el Gobierno, como subvenciones para que las pymes puedan acceder a servicios cloud, ayuda a la extensión de la banda ancha de nueva generación, o el impulso a la ciberseguridad.

Claves de la transformación digital

Pedro Nueno, profesor del IESE y presidente ejecutivo de la Escuela Internacional de Negocios China-Europa (CEIBS), resaltó en su intervención el poder transformador de las TIC: "han transformado la relación con el usuario objetivo variando a veces de forma sustancial la forma de conectarse. Durante la última década, por ejemplo, lo smartphones han cambiado muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, como nuestra relación con el banco y la forma en que compramos y disfrutamos de nuestro ocio. El próximo paso es la sanidad".

Durante las dos jornadas del 2º Encuentro de Economía Digital de AMETIC se celebraron mesas redondas en las que se analizaron, por una parte, algunas cuestiones clave de la transformación digital, y por otra, su estado en los principales sectores productivos. Así, como principales tendencias digitales se mencionó Big Data, ciberseguridad, capilaridad de las redes y tener una hoja de ruta clara para acometer los proyectos de digitalización, en el coloquio dirigido por Jorge Pérez, director de Economía Digital RED.ES, que contó con la participación de Telefónica, Deloitte y Nokia.

Begoña Cristeto, Secretaria General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria.

Cómo crear valor y monetizar la Transformación Digital fue el objeto del debate que se produjo entre Altran, Ericsson y NEC y que estuvo moderado por Arancha Asenjo, socia de IT Digital Media Group. En este sentido, se habló de nuevas tipologías de clientes que interactúan con las organizaciones no solo mediante sus acciones sino también con sus cosas, en relación a IoT; de la necesidad de cambiar los modelos de negocio y el modo en el que se generan productos; y de una nueva generación de empresarios y trabajadores cuyas demandas hay que satisfacer.

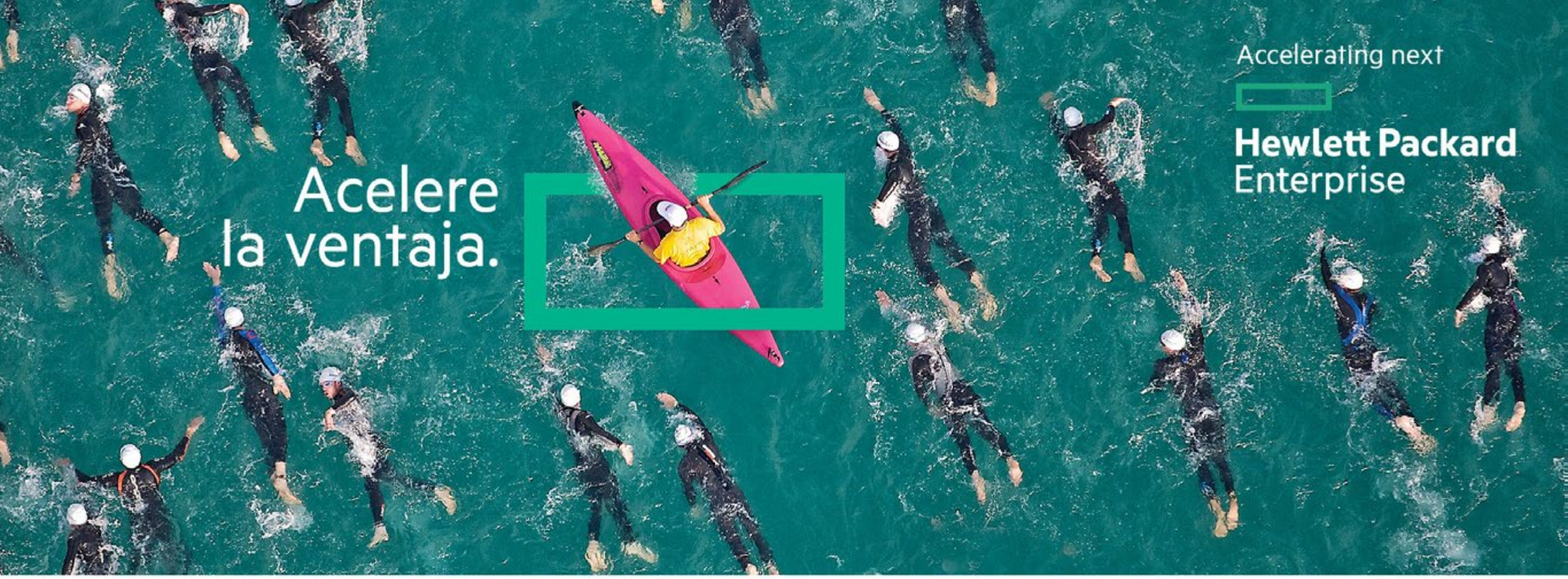
Sobre las competencias digitales, el talento y el crecimiento empresarial, se ahondó en un encuentro específico, liderado por José Alberto González- Ruiz, secretario general de CEPYME, y participado por CaixaBank, Expres IT, Facebook y Google. La reflexión de los participantes dejó como conclusión cuestiones como formación, flexibilidad, colaboración y educación.

En este 2º Encuentro de Economía Digital, participó también Begoña Cristeto, Secretaria General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, quien en su discurso durante la segunda jornada recordó los beneficios que está generando la transformación digital, "inimaginables hace sólo una década. Pero ahí están: desarrollo tecnológico y dinamización de la economía; flexibilidad en la producción (cambios en la configuración que no afectan el tiempo de producción); personalización (satisfacer peticiones del cliente incluso con bajos volúmenes de producción); optimización en la toma de decisiones (información en tiempo real); aumento de la productividad y eficiencia en recursos (seguimiento exhaustivo a lo largo de todo el proceso productivo); y nuevas oportunidades de negocio (especialmente en servicio derivados o de apoyo)".

AMETIC puso el foco en tres sectores productivos: financiero, automoción y salud. El análisis de la transformación digital de estos ámbitos de la economía se llevó a cabo con la participación de compañías y organizaciones como la Asociación Española de Banca, BBVA, Huawei Empresas, Tecnocom, SC&R, Fundación IDIS, GMV, Hewlett Packard Enterprise, ANFAC, GESTAMP, NTT y Sisteplant Innovative Technologies. La conversación en todas ellas se desarrolló en torno a términos como la eficiencia y la competitividad .

Enlaces relacionados

- 2° Encuentro de Economía Digital de AMETIC
- 10 medidas para impulsar la transformación digital del sector de la Salud
- La Banca ante la Transformación Digital: retos y oportunidades
- La transformación digital de la industria española: Industria Conectada 4.0
- Transformación digital. Reinventando organizaciones ante la nueva revolución industrial
- Diálogos IT - Juan Merodio sobre transformación digital de la banca



Descubra la solución de almacenamiento totalmente flash sin límites.

El Almacenamiento totalmente flash HPE 3PAR StoreServ le brinda velocidad asequible y protección incorporada para llevar sus negocios más lejos y con más rapidez.

Obtenga información acerca de la recuperación en caso de desastres y la protección de datos en el mundo del almacenamiento flash descargándose el libro electrónico:

Más Información

Almacenamiento
HPE 3PAR StoreServ 8450

Almacenamiento HPE 3PAR StoreServ
con la potencia de los procesadores Intel® Xeon®
e Intel Inside® para unas soluciones potentes.

Telefónica presenta la XVI edición de su informe SIE 2015

España avanza en el desarrollo de la Sociedad de la Información

El desarrollo de la Sociedad de la Información avanza de manera vertiginosa en nuestro país. Ésta es una de las principales conclusiones del Estudio La Sociedad de la Información 2015, realizado por la Fundación Telefónica, que constata que España lidera en el despliegue de infraestructuras de banda ancha o en el uso de dispositivos de movilidad. No obstante, y tal y como destacaron los principales directivos de la operadora española, todavía queda mucho camino por recorrer.

A principios del mes de abril, Telefónica presentó una nueva edición de su informe La Sociedad de la Información en España, que se ha convertido, tal y como destacó Víctor Calvo Sotelo, Secretario de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, "en todo un referente".

Palabras de Víctor Calvo Sotelo

"El informe del año pasado indicaba que 2014 fue el año de cambio de ciclo en el mercado de las telecomunicaciones. 2015 ha sido un año en el que se han acelerado aún más el proceso de cambio en el sector TIC", explicó Calvo-Sotelo durante la presentación.

Calvo-Sotelo añadió que el estudio "reafirma la posición de liderazgo europeo que tiene España" en lo que a infraestructura de comunicaciones se refiere. "Disponemos de más de 19 millones de accesos de fibra óptica instalado y las perspectivas son muy positivas, siendo España el país que más ha crecido en accesos y en número de suscriptores".

La tecnología LTE (más del 79% de la población tiene cobertura) también fue uno de los puntos clave señalados por Víctor Calvo-Sotelo, al igual que el papel de los operadores en relación con el dividendo digital. "El dato de la cobertura móvil es especialmente importante ya que el dispositivo móvil se ha convertido ya en la herramienta principal de acceso a Internet".

En este sentido, Calvo Sotelo aseguró que España "está viviendo un fuerte proceso inversor por parte de los agentes privados en nuevas infraestructuras de telecomunicaciones que permite acceder a una conectividad más ubicua y de mayor calidad constituyendo la base sobre la que se sustentará la economía y la sociedad futura".

Cuatro años de legislatura

El Plan de Banda Ancha y Redes Ultrarrápida, el proyecto Industria 4.0, las tecnologías del lenguaje, el Plan de Ciudades Inteligentes, la nueva Ley General de Telecomunicaciones, el espectro procedente del dividendo digital, han sido pilares de la estrategia de la secretaria de Estado en la pasada legislatura, los cuales fueron señalados por Calvo-Sotelo. "Un nuevo Gobierno deberá de abordar la segunda fase de la licitación del dividendo digital, el de la banda de 700MHz".

Todo esto "ha ido acompañado de una evolución de la convergencia digital, en la que España ha sido líder y pionera de otros mercados europeos".

it whitepapers

LA EMPRESA ANTE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La Transformación Digital es uno de esos conceptos que marcan un antes y un después en el mundo de los negocios y, por extensión, en la realidad de las propias compañías. Las tendencias que convergen en este momento hacen que sea necesario, si no imprescindible, asumir cambios profundos en cómo entendemos los negocios y en cómo la tecnología nos ayuda a ser más eficientes y efectivos.

“El nuevo Gobierno tendrá que desarrollar una nueva agenda digital pensado en Europa ”

Víctor Calvo-Sotelo, Secretario de Estado para la Sociedad de la Información y las Telecomunicaciones

Mención especial para el Mercado Único Digital. “Somos conscientes de que las actuaciones nacionales son importantes para solucionar problemas concretos e impulsar sectores, pero son sólo una parte de la solución a los retos que afronta España y Europa. La toma de decisiones a nivel europeo es imprescindible en un sector tan global como el nuestro”. Para Calvo-Sotelo, “alcanzar el Mercado Único Digital es una necesidad si queremos que nuestras empresas y sociedades tengan relevancia en la sociedad digital del futuro”.

“Vienen nuevas olas de innovación. Internet de las Cosas, 5G o la realidad virtual empiezan a tomar forma y van a crear grandes transformaciones en el futuro”.

Y precisamente, de cara al futuro, Calvo Sotelo finalizó asegurando que “quedan muchas cosas por hacer, pero podemos mirar con optimismo al futuro”. El nuevo Gobierno “tendrá que desarrollar una nueva agenda digital mirando a Europa”.

La Sociedad de la Información 2015

Clicar para ver el vídeo

Resultados del informe

“La revolución digital que estamos viviendo no se ha vivido nunca antes en la historia de la humanidad y trae consigo una transformación significativa en todos los ámbitos de la sociedad. Este nuevo mundo digital presenta numerosas oportunidades que se incrementan de manera exponencial y para capturarlas es imprescindible unas infraestructuras de comunicación avanzadas de calidad excelente y, por tanto, se puede decir que la conectividad es básica”, ha asegurado Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica España. “Podemos estar satisfechos de lo que hemos logrado en este país. Estamos liderando el desarrollo de banda ancha en Europa, no hay ninguna otra compañía de telecomunicaciones europea que haya creado más infraestructura de banda ancha de alta velocidad que lo que ha hecho Telefónica España”.

Entre los principales resultados de esta edición destacan hechos como que “España lidera el despliegue de fibra óptica hasta el hogar, con más de tres millones de clientes y un potencial de 15 millones para dar este servicio” ha destacado Luis Miguel Gilpérez, quien también ha hecho hincapié en el crecimiento que han experimentado áreas como 4G o el uso de contenidos.

Gilpérez ha querido resaltar que “España es el país mejor conectado de Europa y líder en uso de smartphone y

DES
DIGITAL
ENTERPRISE
SHOW
MADRID, 24-26 MAY
DRIVING EUROPE'S BUSINESS
DIGITAL TRANSFORMATION
2016
JOIN US

Presentación del Informe La Sociedad de la Información 2015

Clicar para ver el vídeo

"Podemos estar satisfechos de lo que hemos logrado en este país. Estamos liderando el desarrollo de banda ancha en Europa"

Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica España

smart TV". En este sentido, y según los datos del informe, España ya cuenta con 27,15 millones de internautas, lo que supone el 78,7% de la población entre 16 y 74 años y un millón más que los datos de 2014. De estos, el 81,7% se conecta todos los días; y un 88,3% accede a través de su dispositivo móvil. El smartphone se ha convertido en el principal dispositivo de acceso a Internet.

Emilio Gilolmo, presidente de la Fundación Telefónica, ha explicado que, junto con el desarrollo de la tecnología, también ha crecido la preocupación de los ciudadanos por su privacidad y seguridad. "Un 82% de los internautas considera la privacidad como un valor a proteger". Y es que el crecimiento del uso "del almacenamiento de datos en la nube ha incrementado la sensación de inseguridad; un 85% quiere borrar datos personales que ha publicado en Internet".

Además, cae el uso de redes sociales. "Los jóvenes hacen un uso más racional de las redes sociales y se conectan a internet para acceder a otros servicios distintos de la comunicación y el ocio, como las plataformas de comercio electrónico o educación online".

Del estudio de la Fundación Telefónica también se desprende que "el 15,8% de los internautas son early adopters lo que nos sitúa por delante de países como Brasil, Reino Unido, Alemania o Argentina" o que los Millennials y las mujeres serán claves en el desarrollo de la sociedad de la información en España. No en vano, en 2020 el 50% de la fuerza laboral pertenecerá a la generación Millennial.

Tendencias

De cara al futuro, además de los Millennials, Emilio Gilolmo destacó dos tendencias: Internet de las Cosas y la computación cognitiva. En el primero de los casos "la utilización masiva de Internet de las Cosas en todos los sectores económicos abre la era de Internet Indus-

CALVO-SOTELO AGRADECE A CÉSAR ALIERTA SU LABOR AL FRENTE DE TELEFÓNICA

La presentación del informe de La Sociedad de la Información 2015 de la Fundación Telefónica es la primera que se realiza sin César Alierta como presidente de la operadora española. Y es que el estudio nació casi con la llegada de Alierta a la presidencia de Telefónica, hace 16 años.

Víctor Calvo Sotelo, Secretario de Estado para la Sociedad de la Información y las Telecomunicaciones, se ha referido al relevo asegurando que "éste es un momento oportuno para agradecer al presidente saliente, César Alierta, su gran contribución a la modernización, a la digitalización, a la expansión internacional y a la inversión en Nuevas Tecnologías en estos años. Ha sido un actor fundamental no solo en nuestro mercado, sino en otros".

Asimismo, Calvo Sotelo también ha tenido palabras para el que es el nuevo presidente de Telefónica: José María Álvarez-Pallete. "Le deseo la mejor de las suertes en sus nuevas funciones".

César Alierta dimitió por sorpresa el pasado 29 de marzo. Tras casi 16 años al frente de una de las operadoras más importantes del mundo, Alierta no dice adiós del todo a Telefónica ya que seguirá formando parte del Consejo de Administración "y centrará también sus aportaciones en temas sociales y de progreso como es la educación digital y la presidencia ejecutiva de Fundación Telefónica".

"El sector TIC, lejos de mostrar síntomas de agotamiento, está cada vez más vivo"

Emilio Gilolmo, presidente de la Fundación Telefónica

trial, que supondrá una aportación al Producto Interior Bruto (PIB) de entre 108.000 y 137.000 millones de euros en los próximos 15 años".

En el segundo, "el mundo virtual interaccionará más con el mundo real. A los servicios de realidad aumentada y de realidad virtual se unirán los relacionados con los gestos y el tacto. Los servicios inteligentes comienzan a ser capaces de reaccionar ante el entorno e interacciona proactivamente con el usuario, llegado a recurrir a la inteligencia artificial y a las capacidades como la percepción, la conexión, la inteligencia y la reacción".

Enlaces relacionados

- Informe la Sociedad de la Información 2015
- El legado de César Alierta
- Quién es José María Álvarez-Pallete
- Indicadores destacados de la Sociedad de la Información. Marzo de 2016 ONTSI

GRUPO solitium

Partner First Platinum

Windows 10 Pro

Elite x2

Diseñado para responsables de IT, irresistible para los usuarios

El Elite x2 1012 no renuncia ni al rendimiento ni a la productividad profesional.
Windows 10 Pro. Haga grandes cosas.
Obtenga más información en www.solitium.es

Seguridad profesional

Seguridad líder del sector que protege los datos en cualquier lugar, incluso antes del encendido.

Mantenimiento en sus instalaciones[1]

Los expertos en IT pueden cambiar componentes en su oficina para reducir los costes derivados del tiempo de inactividad.

Magistralmente creado

Un diseño fino y atractivo con el mejor teclado de su clase.

El teclado HP Advanced se vende por separado o como prestación adicional. No todas las funciones están disponibles en todas las ediciones o versiones de Windows. Los sistemas pueden requerir hardware, controladores o software actualizados y/o adquiridos por separado o una actualización del BIOS para aprovechar al máximo la funcionalidad de Windows. Windows 10 se actualiza automáticamente, una función que siempre está activada. Se pueden aplicar tarifas de acceso a Internet y, con el tiempo, puede haber requisitos adicionales para las actualizaciones. Consulte www.microsoft.com.
[1] Mantenimiento a cargo del equipo de soporte de HP, los técnicos certificados de HP, los proveedores de servicios autorizados de HP o los miembros del programa HP Self-Maintainer.
Algunas funcionalidades como el asistente de voz Cortana, la escritura a mano y Continuum requieren hardware más avanzado. Consulte microsoft.com/enus/windows/features. Capturas simuladas, sujetas a cambio. Las apps de Windows Store se venden por separado. La disponibilidad y experiencia de las aplicaciones pueden variar según cada mercado.
Microsoft, Windows y el logotipo de Windows son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Microsoft Corporation en Estados Unidos y/o en otros países.

keep reinventing

IT Digital Media Group se convierte en colaborador activo de la Fundación Adelias

Lucha contra la pobreza infantil

IT Digital Media Group, editora de IT User e IT Reseller, se ha convertido en colaborador activo de la Fundación Adelias contra la pobreza infantil.

IT Digital Media Group se ha convertido en colaborador activo de la Fundación Adelias, con lo que contribuirá a ayudar a esta fundación en su batalla contra la pobreza infantil. Las donaciones servirán para luchar contra el fracaso escolar, la desnutrición y las enfermedades infantiles, en general. Asimismo, financiará la adquisición de medicamentos contra la epilepsia, la meningitis y la diabetes entre otras, y contribuirá a la adquisición de alimentos para niños que viven en situaciones de pobreza o pobreza extrema. Además, ayudará a sufragar los gastos de manutención de bebés y niños en espera de adopción, así como de niños en situación de discapacidad permanente.

Fundación Adelias

La Fundación Adelias es una organización que nace "con la ilusión y las ganas de trabajar por el bien de niños con necesidades médicas, educativas, sociales o de cualquier otra índole en España y Marruecos, principalmente".

Así, esta fundación promueve el voluntariado social y lucha activamente para movilizar la conciencia social de empresas e instituciones para que se impliquen, mediante acciones de RSC, en el equilibrio de la sociedad.

La Fundación Adelias tiene como misión "desarrollar iniciativas de carácter social y humanitario enfocadas

Ayuda a la Fundación Adelias

Clicar para ver el vídeo

La Fundación Adelias es una organización que nace "con la ilusión y las ganas de trabajar por el bien de niños con necesidades médicas, educativas, sociales o de cualquier otra índole en España y Marruecos, principalmente"

a la infancia. Dedica tiempo, fondos, talento e ilusión para trabajar por niños y adolescentes en dos ámbitos fundamentales: educación y salud. Movidos por un compromiso con la sociedad, con la población más vulnerable, los niños, la organización trabaja construyendo hospitales, casas cuna, escuelas, impulsando el progreso y el desarrollo".

Asimismo, la Fundación facilita alimentos, medicinas, material médico y útiles para la infancia en los diferentes ambientes en los que los niños los puedan necesitar, como es el caso de hospitales, orfanatos, hogares de acogida, o centros de rehabilitación, por ejemplo.

Casi una década de trabajo contra la pobreza infantil

La Fundación Adelias nace en 2007 de la mano de empresarios, ejecutivos de multinacionales y jueces que piensan que un mundo mejor es posible, preocupados por dar a la sociedad lo que de ella están recibiendo. El ámbito de actuación de la fundación es la Comunidad de Madrid, en España, en materia educativa, y la Región de Nador, en Marruecos, en el ámbito de la salud.

Proyectos de la Fundación Adelias

Son varios los proyectos puestos en marcha por la fundación.

- **PASILLO VERDE.** El proyecto Pasillo Verde ha permitido diagnosticar y tratar a más de 8.000 niños de Nador afectados por diferentes patologías, empleando la cirugía en los casos necesarios, y salvando la vida a más de 150 niños, fundamentalmente afectados por cardiopatías congénitas. La iniciativa de la fundación Adelias tiene como principales objetivos el diagnóstico, tratamiento e intervención quirúrgica de bebés y niños de familias sin recursos. Médicos y enfermeras de Sanitas Hospitales han viajado a la ciudad marroquí de Nador, ubicada a 12 kilómetros de Melilla, para diagnosticar y valorar qué niños pueden seguir tratamiento local y cuáles necesitan cirugía y deben ser trasladados a hospitales de España. El proyecto Pasillo Verde también ha subvencionado la medicación necesaria para tratamientos y ha posibilitado la formación del personal de en-

Quieres colaborar

Puedes hacer tus aportaciones en la cuenta ES27 2100 6274 3202 0003 5801 o, si lo prefieres, tienes otras opciones en este enlace.

fermería del Hospital Hassani. Esta labor se ha llevado a cabo gracias al acuerdo firmado por Sanitas Hospitales y la Fundación Adelias en 2010 para reforzar el área materno-infantil del hospital marroquí. Cada semana un niño llega a Madrid enfermo. Es recogido en el aeropuerto por la Fundación y es atendido en los hospitales de Sanitas para preparar su recuperación. Son niños que viven en situaciones de pobreza o pobreza extrema y que no tienen recursos para invertir en su salud. La Fundación gestiona todo el proceso para que sea operado y una vez que su salud ha mejorado es devuelto a su país. En Sanitas Hospitales también realiza la formación de todo el personal de neonatos, tanto en Nador, enviando a expertos en neonatología y cardiólogos, como en Madrid, recibiendo a personal sanitario marroquí. Ambos equipos trabajan codo con codo con un mismo objetivo: mejorar las condiciones de vida de los prematuros y los niños que viven situaciones de riesgo. Banco Sabadell colabora con el proyecto Pasillo Verde facilitando los pisos en los que los enfermos y sus familiares se alojan en Madrid a la espera de ser operados, durante la operación y en el tiempo de convalecencia postoperatorio.

- **CASA CUNA DE NADOR.** La Casa Cuna es un hogar para niños en espera de adopción. Fue construida por la Fundación y está gestionado por la misma y por personal local. Está situada en el Hospital Hassani de Nador (Marruecos), y puede albergar a más de una veintena de niños en espera de adopción. La selección de las familias adoptivas es muy exhaustiva, por lo que los pequeños suelen permanecer en la Casa Cuna un período de tiempo comprendido entre el día de su nacimiento o en el que son abandonados, hasta los 6 años de edad. Al tratarse de un período muy delicado y vital en el desarrollo de un niño, la casa cuenta con la infraestructura adecuada y con los medios técnicos y humanos necesarios para los niños puedan vivir en un entorno de cuidado y de cariño. Cientos de voluntarios españoles han pasado y pasan por la casa para convertirse en "padres" provisionales mientras los peques esperan su nuevo hogar.

- **COLEGIO ALHAMBRA DE MADRID.** La Fundación Adelias colabora activamente con el colegio Alhambra de Madrid donando material escolar, financiando becas de comedor, e informatizando algunas aulas. El apoyo al colegio Alhambra es total, gracias a la excelente relación de cooperación y compromiso que Fundación Adelias mantiene con la dirección del centro. Para este proyecto la Fundación Adelias cuenta con la colaboración de Save The Children desde 2010 y juntos han apoyado a decenas de niños con dificultades de aprendizaje.
- **UNIDAD PEDIÁTRICA Y NEONATAL DEL HOSPITAL HASSANI.** La fundación ha financiado la puesta en marcha de una UCI pediátrica considerada actualmente la mejor de Marruecos. En esta unidad se atienden a los bebés prematuros y a to-

La fundación promueve el voluntariado social y lucha activamente para movilizar la conciencia social de empresas e instituciones para que se impliquen, mediante acciones de RSC, en el equilibrio de la sociedad

dos aquellos que nacen con alguna enfermedad. Mientras la ONG Al Yassmine ha sido responsable de la construcción de la unidad con más de 500 metros cuadrados de superficie, la Fundación Adelias ha financiado la adquisición de todo el material necesario para neonatos: incubadoras, aparatos de fototerapia intensiva, electrocardiograma, ecógrafo... Se trata de materiales médicos de primera necesidad para cubrir las necesidades de más de 2.000 prematuros que pasan por estas dependencias todos los años. La fundación financia, igualmente, medicamentos y alimentos básicos a muchos bebés sin recursos.

- **INSTITUTO PARA INVIDENTES OAPAM.** La Fundación Adelias colabora con el Instituto para Invidentes OAPAM proporcionando la ayuda médica especializada para el diagnóstico completo y las intervenciones quirúrgicas necesarias en los casos con diagnóstico de recuperación de visión. La fundación ha conseguido ayuda médica y quirúrgica de carácter oftalmológico destinada a un colectivo de 50 invidentes o niños con poca visión para mejorar su calidad de vida. También ha obtenido donativos para financiar suministros de carácter educativo y de ocio, como una biblioteca en braille. Para este proyecto, Fundación Adelias ha contado con la colaboración de la ONCE.
- **PROYECTO WIKXAN.** En la zona de Wikxan, en Nador, la ONG Al Yassmine, la ONG local de Wikxan y Fundación Adelias han trabajado codo con codo para construir y poner en marcha el Complejo de Wikxan. El proyecto ha sido cofinanciado gracias a La Caixa. Se trata de un centro educativo donde hay 3 aulas de estudios. Consta de una sala de informática con más de 10 ordenadores donados por BBVA, que benefician a más de 50 niños. Ochenta mujeres aprovechan las aulas durante la noche para alfabetizarse o aprender labores de costura. También cuenta con un centro deportivo muy espacioso; un terreno de juego multiusos en el que se puede practicar fútbol, baloncesto y balonmano, que alberga una tribuna para los espectadores. En el terreno hay también un parque infantil para más de 100 niños que no contaban con ningún lugar para jugar. El Complejo Wikxan, además, es un centro social donde se puede organizar talleres, fiestas regionales y eventos sociales.

La Fundación Adelias financia el profesorado del centro y la seguridad del Complejo, garantizado su continuidad. Actualmente hay un proyecto para montar una biblioteca de español, cine en español y profesorado para enseñar el castellano.

Enlaces relacionados

Fundación Adelias

Impulsa tu cuenta en
twitter
Pruébalo gratis
ninja CM
TU MEJOR COMMUNITY MANAGER

Seguridad intrínseca con VMware: micro-segmentación

Los centros de datos actuales están cambiando. La creación de estos entornos definidos por software ha modificado el modo en el que se entiende el almacenamiento, las redes, la computación y también, la seguridad. Además, las amenazas a los elementos de red, hoy virtualizados, están en constante evolución y ha dejado de ser válido el planteamiento que antes se aplicaba.

Durante el IT Webinar "Seguridad intrínseca con VMware" que puedes ver aquí, Moisés Navarro, Business strategist de VMware, y Miguel Cordón, Senior Account Executive Iberia Network & Security de VMware, explicaron cómo han cambiado las circunstancias de los centros de datos y las amenazas. "Comparemos la seguridad del centro de datos con una ciudad amurallada", explicó el especialista en seguridad de red de VMware. "En esta infraestructura había una gran protección perimetral, que en el CPD son los firewalls y otros mecanismos de seguridad de red. Los CPD están construidos con una gran protección perimetral y una gran movilidad interna. El problema por el que desaparecieron las ciudades amuralladas es que la protección no era suficiente y porque eliminaban el dinamismo en las ciudades. Estaban constreñidas, la ciudad era más dinámica que su propio mecanismo de protección. Los ataques cuando superan el perímetro se mueven de forma sencilla

dentro de la ciudad. Para protegernos debemos limitar esos movimientos dentro del perímetro".

Para resolver esta problemática, surgieron mecanismos como los sub-perímetros de protección; "en los CPD, las redes se han segmentado y se han creado sub-perímetros, protegidos por firewalls de frontera o mecanismos similares a los que había en el perímetro externo. Pero estamos duplicando el mecanismo que teníamos hasta ahora. Se puede sobrepasar, y nos crea el desbalanceo sobre el gasto", apuntó Cordón. Además, se generan otros problemas: los firewalls son complejos de gestionar. "El 55% de las empresas han tenido problemas por la mala configuración de esta protección sub-perimetral –apuntó el experto de VMware-. Un elevado porcentaje de las empresas invierten en estos firewalls pero luego no los vuelven a considerar hasta un período de amortización que se han ido ampliando por la situación económica. Esos firewalls tienen una capacidad de filtrado de tráfico que no se adapta al crecimiento del tráfico que están experimentando los CPD y lo que los administradores de red hacen es limitar la capacidades del cortafuegos para no penalizar el rendimiento. El resultado, el rendimiento vuelve a ser bueno, pero dejamos sin inspeccionar tráfico, y esto nos crea problemas de seguridad".

Moisés Navarro, Business Strategist de VMware.

Descarga la presentación de este IT Webinar

Miguel Cordón, Senior Account Executive Network & Security para Iberia de VMware.

En su intervención, Moisés Navarro, Business strategist de VMware, señaló que "las organizaciones gastan el 80% del presupuesto de seguridad en prevenir intrusiones. Pero debe ser un ejercicio balanceado. Si alguien consigue penetrar, se podrá mover fácilmente por el entorno. Hemos protegido mucho el perímetro pero una vez dentro, el ciberdelincuente se puede mover fácilmente. Hoy cualquier organización tiene asumido que ya no hay perímetro; se mueve en entornos multicloud con toda tipología de apellidos. Proponemos llevar el perímetro a cada recurso que se quiera proteger. Esto es la micro-segmentación".

"Proponemos utilizar nuestra herramienta NSX para mejorar la seguridad, con la que podemos hacer muchas cosas pero también micro-segmentación, que es la securización de los distintos elementos", continuó Miguel Cordón. "VMware hace un firewalling distribuido en cada una de las máquinas virtuales, que son los elementos de computo más pequeños de los CPD; hacemos una segmentación, pero llevada hasta un extremo inferior, hasta la propia máquina virtual. La securización mediante NSX permite la asociación de máquinas virtuales, que van a ser los microsegmentos de seguridad", añadió.

Este planteamiento permite "establecer mecanismos de seguridad diferenciales, la granularidad". Con todo, Cordón no descarta que haya una intrusión en uno de estos grupos, "pero el proceso sería mucho más complicado porque el malware tendría que ir rompiendo distintas barreras y sub-perímetros para ir introduciéndose en otros, cada uno con distintas políticas de seguridad". Además, apuntó, "NSX puede crear grupos de seguridad más asociados a condiciones del negocio. Cada máquina virtual del perímetro de seguridad tiene una serie de atributos: desde el sistema operativo en el que se ejecuta, al hardware en el que está, pero también las podemos tener etiquetadas por aplicaciones y que la operativa de la política de seguridad esté más alineada con reglas de negocio, que es lo que mueve el IT de la compañía".

De cara al futuro de este planteamiento, Navarro explicó que la intención de VMware es "llevar el concepto de micro-segmentación allí donde esté operando el propio cliente, por ejemplo, puede ser una cloud pública o containers".

Puedes ver el IT Webinar "Seguridad intrínseca con VMware" en este enlace.

Enlaces relacionados

- IT Webinar: Seguridad intrínseca con VMware
- Micro-segmentación dentro y fuera del Centro de Datos
- Micro-segmentación para Dummies
- Virtualización de red para Dummies

Transforme su almacenamiento en un servicio altamente disponible

No te pierdas esta sesión online, durante la que se realizará un recorrido sobre las tecnologías fundamentales y principales novedades aplicadas a las soluciones de almacenamiento de Dell. Hablaremos de:

- ✓ QoS en entornos de almacenamiento
- ✓ Alta disponibilidad geográfica.
  Cómo conseguir un RPO y un RTO 0
- ✓ Protección consistente de aplicaciones y entornos críticos
- ✓ Mecanismos de optimización.
  Dedup, compresión, tiering

Al finalizar la sesión se procederá a responder las preguntas surgidas sobre la misma.

REGÍSTRATE

Evolución y adaptación del almacenamiento al IT actual

La evolución de las tecnologías aplicadas en los Centros de Datos no es estanca y trasciende el ámbito de lo que esa tecnología pretende resolver afectando a otros elementos de forma más o menos directa. El foco principal de esta evolución está puesto en cuestiones como la simplificación de las tareas y el incremento del rendimiento de los entornos (entre otros). El objetivo final es aportar desde IT más eficiencia a las decisiones de negocio que se toman dentro de las empresas.

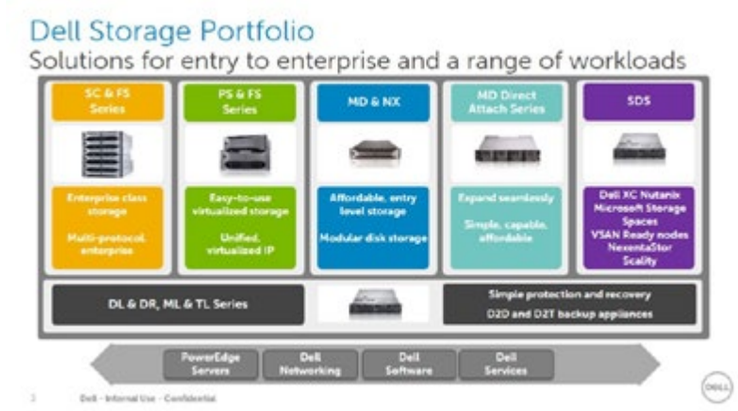
En el IT Webinar "Evolución y adaptación del almacenamiento al IT actual", que puedes ver aquí, José Antonio Corredor, especialista en almacenamiento de Dell España, explicó las claves de la tecnología de almacenamiento de hoy en día y cómo éstas resuelven esas demandas.

"Sin duda, estamos viviendo una nueva ola tecnológica en la que tendencias como la nube, Big Data, Internet de las cosas, el comercio y marketing móvil, y la demanda de contenido y entretenimiento on-line, están creando nuevas formas de consumir y nuevos modelos de negocio", explicó Corredor, para quien "cada una de estas tendencias tiene su propio nivel de madurez, interactuando las unas con las otras y creando una nueva revolución que va más allá de la industria y que afecta a la propia sociedad. Todas las tendencias están muy relacionadas con los datos, y las diferentes maneras de gestionarlos y mantenerlos, lo que crea en los fabricantes de almacenamiento una gran oportunidad de innovar".

José Antonio Corredor, especialista en almacenamiento de Dell España, durante el IT Webinar.

Respecto a esa innovación y cómo se traduce en satisfacer los requerimientos de los negocios, el experto en almacenamiento de Dell afirmó que "la simplificación de tareas se ve reforzada por tecnologías como Software Defined Storage e Hiper-convergencia, en las que el almacenamiento forma parte de entornos de escalado horizontal, basados en arquitectura x86. En el área del incremento de rendimiento por ejemplo, la adopción de tecnologías como SSD, ha permitido el desarrollo de nuevas capas de estratificación de la información dentro y fuera de los propios sistemas de almacenamiento, o incluso la adopción total de la tecnología SSD en detrimento de otras de disco tradicional".

"Si miramos la evolución de los Centros de Datos en los últimos 15 años –continuó Corredor-, veremos que se han producido avances muy importantes. Por ejemplo, la aparición de la virtualización, debido a la ineficiencia en el uso de los recursos de cómputo. Posteriormente, la aparición de nuevas funcionalidades dentro de la virtualización, como vMotion, HA, y DRS llevaron a la necesidad de almacenamiento centralizado. El crecimiento en el número de máquinas virtuales provocó el incremento en la carga, y que se produjera contención en los sistemas de almacenamiento. La introducción de tecnologías SSD resolvió la problemática a nivel de disco, pero desplazó el cuello de botella a la red y a las controladoras de los sistemas de almacenamiento. Una nueva tecnología, la introducción de cachés en los servidores, ayudó a resolver la situación anterior, pero añadió otro componente a la solución, lo que se traduce en mayor complejidad. Todas estas ineficiencias, son las que llevan a la búsqueda de soluciones, que den respuesta a los retos que plan-



Descarga la presentación del IT Webinar

tean las nuevas necesidades de los Centros de Procesos de Datos, y probablemente son el germen de la aparición del Software Defined Storage".

Corredor explicó las soluciones que Dell tiene en su catálogo para crear un entorno de almacenamiento basados en software, pero la compañía también se ha asociado con otros proveedores, lo que garantiza la interoperatividad de su catálogo: "a través de la relación de partnership establecida por Dell con diferentes fabricantes, las soluciones SDS que ofrecemos abarcan cualquier posible necesidad: hiperconvergencia en modo appliance o engineered solution, con Nutanix, VMware vSAN, EMC VxRail y VXRack, o en modo solo software con Ceph, entornos de ficheros o virtuales con NexentaStor, entornos de archivado activo, distribución de contenidos y almacenamiento de objetos, con Scality o Nexenta Edge, entornos físicos o virtuales Microsoft con Storage Spaces. Recientemente se ha anunciado la posibilidad de comercializar las soluciones SDS de EMC", avanzó Corredor, en referencia a la adquisición de esta compañía por parte de Dell.

"La capacidad de elección de nuestros clientes queda clara", matizó el especialista en almacenamiento. "Dell puede presentar la mejor solución a través de la capacidad de elegir entre las mejores opciones SDS del mercado, y entre múltiples alternativas de servidores Dell de última generación, que proporcionan el máximo rendimiento y fiabilidad. A esto se une la innovación: aunque SDS es innovador en sí mismo, el trabajo conjunto de Dell y los partners permite optimizar las soluciones. Esta optimización considera el ciclo de vida completo del producto. Y sin olvidar la seguridad, no solo porque las soluciones estén testeadas y validadas, sino porque son soportadas por un equipo de expertos a nivel mundial, que forman parte de la organización de Servicios de Dell", añadió.

Asimismo, durante la sesión se abordó la tecnología Flash, cuáles son sus peculiaridades y las capacidades de la familia Dell SC Series formada por los sistemas SC4020, SC8000 y SC9000.

Puedes ver la sesión online en este enlace.

Enlaces relacionados

- Evolución y adaptación del almacenamiento al IT actual
- Progresión de datos optimizados para Flash
- Almacenamiento definido por software: principales beneficios
- Caso de éxito: Williams

Encuentro Solidario Fide 2016

Dos experiencias vitales: artesanía y voluntariado

a beneficio de

adelias FUNDACION

Fechas
26 y 27 de Mayo 2016

Lugar
c/ Serrano 26 - 4º dcha
28001 Madrid

Programa

Jueves, 26 de mayo

9.00 a 11.00h Desayuno con Samira Brigüech, Presidente de Fundación Adelias: El voluntariado como una experiencia de vida.
11.00h Inauguración Feria de Artesanía y Rastrillo Adelias.
12.30 a 14.30h Cóctel solidario

Sesiones con Médicos:

14.30 a 16.30h La vida de un bebé en espera de adopción.
17.00 a 19.00h La vida después de ser adoptado.
20.00 a 21.30h Concierto de Javier ZaCi

Precio Concierto + cóctel: 10€

Viernes, 27 de mayo

9.00 a 20.30h Feria de Artesanía
13.30 a 14.30h Cóctel solidario

14.30 a 16.30h Sesión sobre voluntariado, con Oliver Pearson, Global Agent Manager de Rustic Pathways
16.30h Proyección de Cortometraje
20.00 Sorteo ante Ana Fernández-Tresguerres, Notario de Madrid, de obras de arte.

mas información
www.fundacionadelias.org • www.fidefundacion.es

Hewlett Packard Enterprise

intel

Reimagine 2016

¿Estás preparado para el cambio?

Descubra los servicios empresariales de HPE

Conozca HPE Helion CloudSystem y HPE OneView

Explore las capacidades de HPE Fortify

Analice las virtudes de AppPulse Mobile

Estudie las soluciones de gobierno de la información de HPE

Descubra como HPE puede ayudarle en su negocio...nuestros servicios a medida por industria son la clave de su éxito.

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

El proceso de transformación del IT no solo es posible, es inevitable. Las complejidades y desafíos se convierten en nuevas oportunidades con la tecnología adecuada, y Hewlett Packard Enterprise le ofrece un extenso catálogo de servicios para ayudarle a diseñar, implementar y optimizar sus activos tecnológicos, sea cual sea su sector de actividad.

Hoy en día, los negocios se mueven, se amplían y se consolidan con gran rapidez. El IT está en el centro de estos cambios y necesita soluciones para gestionar las transiciones de forma rápida y sin problemas. En Reimagine 2016 verá como, a través de sus servicios empresariales, HPE puede mejorar los resultados de su negocio y maximizar el retorno de sus inversiones en tecnología, proporcionándole la ayuda que necesita para funcionar ágilmente e innovar más rápido que la competencia.

HPE le acompaña en su transformación

Son muchos los retos tecnológicos a los que se enfrentan compañías de todas las industrias: los proveedores de servicios de comunicaciones (CSP) necesitan crecer para afrontar el crecimiento explosivo de la red; los bancos deben implementar aplicaciones móviles seguras y personalizadas; las compañías energéticas necesitan desarrollar continuamente más operaciones centradas en el cliente; y los proveedores de servicios sanitarios necesitan crear experiencias similares a las de los retailers. Hewlett Packard Enterprise es el socio al que acuden todos ellos, porque diseña soluciones personalizadas que aceleran su rentabilidad y posicionan su empresa para el éxito.

Con miles de expertos en la industria, el equipo de servicios empresariales de Hewlett Packard Enterprise puede desarrollar soluciones para todos los aspectos de su negocio, y para todo tipo de proveedores, plataformas y tecnologías, desde computación definida por software a la integración de redes unificadas y cloud, pasando por la transformación de las aplicaciones y la gestión de datos virtualizados.

Desde Hewlett Packard Enterprise tenemos claro que las soluciones que ofrecemos a los clientes deben adaptarse a las peculiaridades de las diferentes industrias, y por ello, nuestros servicios proporcionan soluciones a medida para a los diferentes cambios que cada industria requiere. Estos son algunos ejemplos sobre la aportación de HPE en la transformación de numerosos sectores:

- **Sector de las Telecomunicaciones**

Los proveedores de servicios de comunicaciones (CSP) están bajo una mayor presión del mercado para buscar nuevas fuentes de ingresos, a medida que su propuesta de valor se ha convertido en un artículo de primera necesidad. Necesitan hacer crecer su negocio más rápido que la explosión del tráfico de red y la dura competencia. HPE provee una gama de soluciones que le permitirán reducir su brecha tecnológica y competir en el nuevo negocio de la red: reduzca los gastos de capital y operativos con Network Functions Virtualization (NFV), explote la Internet de las Cosas (IoT) con nuevas aplicaciones, monetice los contenidos y ofrezca una mejor experiencia al cliente.

Descubra la visión del área de Servicios de HPE frente a la nueva Era Digital

•Sector Energía y Utilities:

Industrias establecidas como las de energía y utilities se enfrentan a una multitud de desafíos de IT a medida que se endurecen las normativas de seguridad, emergen nuevos modelos de negocio "más verdes" y se disparan los volúmenes de datos. Hewlett Packard Enterprise posee más de 20 años de experiencia ayudando a más de 400 clientes de energía en todo el mundo. Ya sea acelerando su negocio, recopilando y dando sentido a grandes volúmenes de datos para convertirla en información procesable sobre clientes, construyendo una visión de las operaciones a nivel de empresa, o creando aplicaciones móviles de campo y para el cliente.

• Sector Financiero:

Las empresas de servicios financieros deben manejar transacciones a un ritmo cada vez más rápido, junto con las crecientes demandas de movilidad y amenazas a la seguridad. HPE les ayuda a concentrarse en atender a los clientes, no a la gestión de IT. La experiencia en servicios financieros de HPE se extiende por bancos, mercados de capitales y aseguradoras, además de tarjetas y servicios de pago. Tanto si necesita inteligencia de negocio, analítica o servicios de seguridad y cloud, Hewlett Packard Enterprise puede ayudarle a ofrecer mejores servicios, mientras racionaliza sus procesos y reduce costes.

• Sector Sanitario:

El sector sanitario se enfrenta a cambios de mercado sin precedentes. La reforma del cuidado sanitario, las demandas de movilidad, la consolidación del mercado y la innovación en biociencia aumentan la necesidad de mejorar los procesos, la seguridad y la eficiencia. Hewlett Packard Enterprise ofrece una cartera de soluciones personalizadas para ayudar a estas empresas a transformar sus TI. Un buen ejemplo son las soluciones de HCIS que en España cuentan con un sin número de referencias.

• Sector Industria y Retail

El rápido desarrollo de productos, la dispersión global de las fábricas y la complejidad de las cadenas de suministro están presionando a los fabricantes a mejorar sus procesos clave de extremo a extremo y de manera rentable.

Con más de 50 años de experiencia en el sector, Hewlett Packard Enterprise ofrece soluciones de fabricación específicas para las industrias automovilística, aeroespacial y de alta tecnología, que permiten que los procesos y sistemas sean más rápidos y ágiles, mejorando el desarrollo del ciclo de vida del producto a lo largo de toda la cadena de suministro.

• Sector Público.

Los gobiernos estatales, autonómicos, y locales luchan por equilibrar las operaciones existentes y las medidas de reducción de costes ante una población en aumento, las crecientes amenazas a la seguridad y la demanda de mejores servicios públicos. Con una amplia experiencia en más de 50 áreas del sector público, Hewlett Packard Enterprise proporciona soluciones integrales, desde la transformación de aplicaciones a la movilidad, pasando por los servicios cloud y la ciberseguridad.

En Reimagine 2016 estaremos presentes, compartiendo algunos casos de éxito y soluciones clave para la transformación digital de su industria □

Los servicios de HPE proporcionan soluciones a medida entendiendo los diferentes cambios que cada industria requiere

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

La ruta hacia una TI híbrida está repleta de decisiones. En este sentido, tanto la creación de un entorno en la nube híbrida que se integre con las inversiones en tecnología existentes y nuevas, como la gestión de la infraestructura convergente, pueden ser un reto al principio. La solución HPE Helion CloudSystem y la plataforma HPE OneView resuelven ambos desafíos. Dichas soluciones estarán disponibles en Reimagine 2016, el gran evento de Hewlett Packard Enterprise e Intel.

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

Descubra HPE Helion CloudSystem y HPE OneView en Reimagine 2016

Las ventajas que crea la nube atraen a las empresas. Para aprovecharlas, las organizaciones necesitan desarrollar una infraestructura híbrida que les ayude a aprovechar los activos existentes mientras optimizan los negocios en un entorno de nube híbrida, al tiempo que reducen la complejidad de la infraestructura simplificando la automatización. Encontrar la mezcla adecuada para respaldar los objetivos empresariales actuales y futuros es clave. En Reimagine 2016 descubrirá cómo HPE Helion CloudSystem puede servir como base para su estrategia en la nube híbrida y HPE OneView como solución a los problemas de la infraestructura convergente.

CloudSystem sienta las bases de un futuro híbrido

Crear una infraestructura híbrida, que optimice los sistemas más importantes que se utilizan en la empresa y facilite el entorno para las aplicaciones móviles y nativas de la nube, es posible gracias a HPE Helion CloudSystem, una solución flexible e integrada que admite un aprovisionamiento de infraestructura rápido, la gestión en la nube de entornos heterogéneos de TI, la migración uniforme de las aplicaciones tradicionales a la nube y el desarrollo de aplicaciones nativas en ella. Esta solución abierta e integrada de Hewlett Packard Enterprise hace de puente entre la TI tradicional y la computación en la nube, para que los clientes puedan crear y gestionar fácilmente servicios a través de nubes híbridas y privadas.

HPE Helion CloudSystem es una oferta de nube empresarial IaaS y PaaS abierta y totalmente integrada que simplifica la compra, el desarrollo, la implementación y la gestión continua de asistencia y compatibilidad de la nube, dándole la capacidad de aprovisionar aplicaciones y recursos de infraestructura sin esfuerzo. Esta solución de nube privada integral está creada para cargas de trabajo tradicionales y nativas de la nube que ofrecen automatización, organización y control a través de múltiples nubes.

Conozca qué ofrece a los clientes una solución TI híbrida de HPE

HPE Helion CloudSystem incluye software de gestión en la nube híbrida y se puede complementar con servidores, almacenamiento, conexiones en red y servicios de instalación para una implementación rápida en la nube privada. También se ofrece como software independiente para los clientes que prefieren elegir su propia infraestructura y combinarla con el software HPE Helion CloudSystem.

Gestión de la nube híbrida

La nube no es una transformación de una sola fase, sino un cambio de paradigma con un ámbito expansivo que requiere planificación y una aproximación por fases. Con una aproximación híbrida, basada en una solución de nube privada integrada e integral que funciona en los entornos de TI heterogéneos actuales, puede mejorar el tiempo hasta la obtención de la solución, aprovechar sus inversiones en TI actuales y reducir los costes asociados a la entrega y la gestión de cargas de trabajo existentes sin la necesidad de interrumpir operaciones de TI críticas. HPE Helion CloudSystem Enterprise es una solución de gestión en la nube híbrida diseñada para prestar servicios avanzados de infraestructura, así como servicios de plataforma y aplicaciones para la nube híbrida.

HPE Helion CloudSystem Enterprise 9.0 permite la gama más amplia de casos de uso en la nube y admite la entrega de modelos de IaaS, PaaS y SaaS a través de la inclusión de software como HPE Cloud Service Automation y HPE Operations Orchestration. HPE Helion CloudSystem Enterprise también incluye HPE Helion CloudSystem Foundation, que está pensada para la entrega de IaaS simple y es el punto de entrada ideal para las empresas que quieren implementar servicios de infraestructura en la nube, de forma fácil y uniforme, en un entorno de nivel empresarial.

HPE Helion CloudSystem hace de puente entre la TI tradicional y la computación en la nube

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

OneView simplifica la gestión convergente

En este proceso de transformación hacia la nube híbrida, pueden surgir una serie de inconvenientes relacionados con la ralentización de la gestión del centro de datos, la aparición de demasiados pasos en el proceso, la existencia de tareas manuales no estándar, o una cartera de proyectos en constante expansión. Una infraestructura más ágil y con una buena respuesta ayuda a obtener mejores resultados empresariales y, para lograrlo, Hewlett Packard Enterprise propone HPE OneView, un gestor convergente que simplifica significativamente la gestión de la infraestructura en el día a día, permitiendo agrupar y asignar recursos físicos y definidos por software a través de una única interfaz fácil de usar.

HPE OneView es:

-Convergente. La innovadora arquitectura de HPE OneView está diseñada para la gestión convergente en servidores, almacenamiento y redes. El espacio de trabajo unificado permite a todo su equipo de TI aprovechar el enfoque de “un modelo, unos datos, una vista”, lo que agiliza las actividades y las comunicaciones para una productividad uniforme.

Esta plataforma de gestión única es compatible con los servidores HPE ProLiant, HPE BladeSystem, el almacenamiento HPE 3PAR StoreServ y las plataformas HPE ConvergedSystem 700.

-Definida por software. Los enfoques definidos por software se han diseñado en HPE OneView para potenciar la gestión de sus expertos, para crear definiciones de recursos (para servidores, almacenamiento y redes) y para lanzar nuevos recursos de forma rápida y fiable.

El ecosistema abierto de HPE OneView facilita además la integración con soluciones de software empresarial y con soluciones de usuario personalizadas, incluidas las soluciones de HPE, VMware, Microsoft y Red Hat. Las secuencias de comandos Python y Powershell están disponibles para ayudar a integraciones personalizadas.

-Automatizada. HPE OneView puede automatizar tareas manuales que requieren mucho tiempo, como un cambio en la gestión, coherencia de configuración y actualizaciones de software del sistema entre otras. La capacidad de programación completa permite a los usuarios integrar, automatizar y personalizar HPE OneView para su propio uso.

No se pierda todas las posibilidades que le ofrece HPE Helion CloudSystem y HPE OneView en Reimagine 2016. ☐

Explore las capacidades de HPE Fortify en Reimagine 2016

Casi el 80% de sus aplicaciones críticas podrían estar en riesgo, por lo tanto, es crucial que las empresas realicen una aproximación global a la seguridad de las aplicaciones. Para ello necesitan soluciones que les permitan probar sistemáticamente todas las aplicaciones web, móviles y de clientes, independientemente de si se desarrollan internamente, las crea un tercero ó son de código abierto. Las completas soluciones de seguridad de las aplicaciones de HPE Fortify satisfacen esta necesidad. Descúbralas en Reimagine 2016, el gran evento de Hewlett Packard Enterprise e Intel.

A medida que su fuerza de trabajo y clientes adoptan la nube, la movilidad, las redes sociales y el big data, la superficie de ataque de su organización se amplía significativamente, poniendo en riesgo la seguridad de sus aplicaciones. En Reimagine 2016 conocerá como Hewlett Packard Enterprise le ayuda a cubrir sus necesidades de seguridad de software, web y aplicaciones móviles con las soluciones de HPE Fortify, que abarcan todos los aspectos de seguridad y gestión del software para ayudarle a ejecutar su negocio de manera fiable.

Reduzca los riesgos con software seguro

Las completas soluciones de seguridad de las aplicaciones de HPE Fortify cubren todos los aspectos de pruebas de seguridad, gestión y protección automática de las aplicaciones para ayudarle a asegurar el software que ejecuta su negocio. Desde automatizar las pruebas estáticas de seguridad de las aplicaciones (SAST) con HPE Fortify Static Code Analyzer, a automatizar las pruebas dinámicas de seguridad de las aplicaciones (DAST) con HPE WebInspect, o realizar pruebas de seguridad gestionada con HPE Fortify on Demand. También puede proteger las aplicaciones de producción desde el interior con HPE Application Defender, un software de autoprotección de aplicaciones, al mismo tiempo que se ejecutan, que puede ayudarle a detener las amenazas de seguridad que nadie más puede ver.

En todas sus soluciones, HPE Fortify combina tecnologías de pruebas dinámicas y estáticas integrales en 21 idiomas, con inteligencia de seguridad del equipo de HPE Security Research.

Además, HPE Fortify se puede implementar en su empresa como un servicio gestionado, o como un modelo híbrido que aprovecha lo mejor de ambos mundos, un modelo de prestación flexible que

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

permite que los grupos de seguridad actúen de forma rápida como respuesta a los cambios del negocio, mientras protegen sus activos e inversiones en seguridad de las aplicaciones.

Ponga a prueba sus aplicaciones

Según los analistas, la mayoría de las brechas de seguridad son producidas por fallos en el software. Para ayudar a los desarrolladores a eliminar las vulnerabilidades y crear software seguro, HPE Fortify Static Code Analyzer (SCA) ejecuta un análisis de código estático automatizado, ayudando a comprobar que su software sea de confianza, a reducir costes, a aumentar la productividad y a implementar las prácticas recomendadas de codificación segura.

Fortify SCA identifica las causas raíz de las vulnerabilidades de la seguridad del software y correlaciona y prioriza los resultados. Permite así que los desarrolladores de aplicaciones se centren en las innovaciones, proporcionándoles los detalles de las vulnerabilidades encontradas y el contexto que necesitan para resolver la situación con rapidez. Para comprobar que los problemas más serios se han solucionado, primero correlaciona y prioriza los resultados con el objetivo de ofrecer una lista precisa y ordenada de los problemas.

Por su parte, HPE WebInspect es una herramienta de pruebas de seguridad dinámica y automatizada que imita las técnicas de piratería y ataques del mundo real aportando un análisis integral de los servicios y las aplicaciones web. Utilizada por expertos en seguridad, esta solución va más allá de las pruebas de caja negra, permitiendo escanear más códigos, de forma más rápida y con mejores resultados.

Entre otras ventajas, WebInspect integra análisis dinámicos y de tiempo de ejecución para encontrar más vulnerabilidades y solventarlas más rápidamente, y pone tecnologías avanzadas al alcance de los probadores de seguridad inexpertos.

Seguridad bajo demanda

¿Necesita asimismo escanear sus aplicaciones web? HPE Fortify on Demand es un servicio gestionado de pruebas de seguridad de las aplicaciones que permite a las organizaciones probar de forma rápida la seguridad de algunas aplicaciones. La solución no solo ofrece tiempos de respuesta más rápidos (1 día de media para pruebas estáticas y entre 3 y 5 para pruebas dinámicas), sino que además están respaldados con acuerdos de nivel de servicio que incluyen sanciones contractuales.

HPE Fortify on Demand es la mejor opción para las organizaciones que necesitan una solución de pruebas de seguridad flexible y que no disponen de recursos para implementar un programa integral de seguridad de aplicaciones en la empresa. Al tratarse de una solución flexible, con precios fijados por aplicación o por suscripción, puede comenzar a pequeña escala y ampliar rápidamente a cientos de aplicaciones Web, móviles y de cliente, desarrolladas de forma interna o por terceros.

HPE Fortify on Demand es la mejor opción para las organizaciones que necesitan una solución de pruebas de seguridad flexible

Además, Fortify on Demand está totalmente integrado con una amplia gama de herramientas de desarrollo con el fin de convertirse en la columna vertebral de un ciclo de desarrollo de software seguro, que incluye la integración de servidores de compilación, complementos IDE y sistemas de seguimiento de bugs. Los usuarios pueden elegir la prestación de servicios fuera o dentro de sus instalaciones, o una solución híbrida. El soporte es 24x7 y el portal centralizado está disponible en los idiomas locales.

Finalmente, si lo que desea es crear un centro de seguridad de software que correlacione los resultados de las pruebas de seguridad y distribuya la inteligencia de seguridad en su organización, Fortify Software Security Center le ofrece un paquete de soluciones de seguridad de software integrado para automatizar procesos clave de desarrollo e implementación de aplicaciones seguras.

No se pierda todas las ventajas que le ofrece HPE Fortify en Reimagine 2016. ☐

Vea como HPE Fortify garantiza la seguridad de sus aplicaciones

Analice las virtudes de AppPulse Mobile en Reimagine 2016

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

Sus aplicaciones son el escaparate de su marca. Si su aplicación es deficiente, lenta y poco receptiva, así es como sus clientes percibirán su marca. Además, los usuarios de aplicaciones móviles tienen paciencia cero si la app no funciona como ellos esperan. En Reimagine 2016 descubrirá como Hewlett Packard Enterprise le ayuda a ofrecer una experiencia de usuario de cinco estrellas con AppPulse Mobile, una solución con la que, en solo unos minutos, tendrá visibilidad de la experiencia del usuario final de sus aplicaciones móviles, lo que le permitirá priorizar las reparaciones que incrementen la satisfacción del cliente.

En los últimos años ha habido un cambio radical en la forma en que la gente utiliza las aplicaciones móviles. Sólo tiene que mirar a su alrededor para ver cómo la gente cuenta con aplicaciones móviles para todo. Las utilizan en todas partes y a todas horas, pero sólo les lleva un segundo dar a su aplicación móvil el visto bueno o rechazarla. Y es que los usuarios de apps son los clientes más impacientes e intolerantes. Así lo indica el estudio de Dimension Research "Uso y abandono de aplicaciones móviles", según el cual, el 43% de los usuarios esperan que una aplicación móvil responda en menos de dos segundos, el 69% tiene una mala opinión de la empresa que hace una aplicación con problemas, y el 53% pulsa el botón Eliminar cuando la app no responde rápidamente o no funciona.

¿Qué puede hacer para evitar que abandonen su aplicación? Forrester llama "momento móvil" a ese instante que se produce entre el momento en el que los usuarios cargan la aplicación móvil y en el que deciden si les gusta o la odian. Si desea que sus aplicaciones móviles tengan éxito, es necesario dominar el momento móvil, lo que significa que es hora de empezar a medir y supervisar las aplicaciones móviles de manera efectiva. En Reimagine 2016 conocerá como HPE AppPulse Mobile le permite medir proactivamente y garantizar el rendimiento de su aplicación móvil a fin de ofrecer una gran experiencia que cumpla sus expectativas.

Medir, priorizar y mejorar

AppPulse Mobile es una solución de análisis móvil basada en SaaS que supervisa todos los aspectos de la experiencia de usuarios de móviles y permite que propietarios de aplicaciones, gestores de productos y desarrolladores mejoren la experiencia de los usuarios.

Aunque existen muchas herramientas de supervisión de aplicaciones que miden diversos aspectos de la experiencia del usuario, la mayoría ofrecen una imagen incompleta o inexacta y, a menudo, requieren una ardua programación. Hewlett Packard Enterprise diseñó su software de monitorización móvil AppPulse Mobile para dar respuesta a tres necesidades fundamentales:

- Mide desde la perspectiva del usuario, por completo y en tiempo real, y mide todo lo que afecta a la experiencia del usuario, incluyendo el rendimiento, la estabilidad y el uso de recursos. Los seis aspectos que mide son: el tiempo de lanzamiento, es decir, cuando la aplicación móvil ya no se ejecuta en segundo plano, así como el tiempo de inicio y el tiempo de reanudación; mide el rendimiento de las aplicaciones móviles en términos de tiempo de respuesta de la interfaz de usuario, la forma en que es percibida por los usuarios;

Si desea que sus aplicaciones móviles tengan éxito, es hora de empezar a medirlas y supervisarlas de manera efectiva

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

Ofrezca experiencias móviles de cinco estrellas con HPE AppPulse Mobile

realiza un seguimiento de los accidentes y su impacto en el negocio; realiza un seguimiento de las acciones de los usuarios que dan lugar a errores, como un error de HTTP de una URL específica; mide el consumo de la batería de su aplicación móvil, junto con otros recursos críticos, tales como el impacto en el plan de datos y el uso de espacio en disco; y realiza un seguimiento del porcentaje de datos móviles consumidos.

- Se centra en las cuestiones más importantes. AppPulse Mobile informa de los problemas en el contexto en el que el usuario estaba en el momento de producirse el problema. Puede ver a simple vista cuántos usuarios se vieron afectados, con que acción del usuario, y sobre qué dispositivo, sistema operativo o versión de la aplicación.
- Mejora lo que más importa. AppPulse Mobile proporciona métricas precisas y relevantes que se pueden utilizar para priorizar las reparaciones de las incidencias que tienen un mayor impacto en la experiencia de usuario. Puede identificar y mejorar rápidamente lo que más importa al usuario.

El software HPE AppPulse Mobile es la primera solución SaaS de autoservicio que rastrea la experiencia real del usuario de sus aplicaciones móviles. Mide todo lo que el usuario hace, allí donde vaya dentro de la aplicación, y todo lo que ocurra a lo largo del camino. Lo hace de forma automática, sin cambios de código o etiquetas necesarias, y apenas minutos después de que agregue AppPulse Mobile a su aplicación. Y la información que recoge proporciona a los equipos de movilidad los datos procesables que necesitan para optimizar la experiencia del usuario.

Monitorice la experiencia del usuario

La experiencia del usuario lo es todo para las aplicaciones móviles, pero, ¿cómo se mide? HPE AppPulse Mobile permite obtener una visibilidad sobre el estado de su aplicación móvil a través de FunDex, un sistema de puntuación único de 0-100 que cuantifica toda la experiencia de los usuarios de su aplicación en tiempo real. FunDex le da datos precisos y relevantes de tiempos de lanzamiento, bloqueos, errores y uso de los recursos con un impacto negativo en la experiencia de usuario, datos que puede utilizar para mejorar su aplicación.

En cualquier momento, puede ver una gráfica a todo color del "FunDex por usuario" y del " FunDex medio de todos los usuarios", para que pueda comparar las métricas a través del tiempo, comparar los resultados entre las versiones, y mucho más. Con los análisis de FunDex, sabrá quien abandonó su aplicación, por qué, y qué hacer al respecto.

AppPulse Mobile también ofrece otra forma de conocer rápidamente la salud de su aplicación móvil mediante User Flow, que le permite seguir la interacción de los usuarios con su aplicación, profundizar en los datos sobre las acciones del usuario, y entender cuándo y por qué los usuarios salen de su aplicación, para que pueda diseñar y construir mejores flujos, y mejorar constantemente la experiencia del usuario.

La función User Flow proporciona una vista gráfica basada en los datos de participación de los usuarios, que sigue las interacciones del usuario con la aplicación pantalla a pantalla. Para cada pantalla muestra métricas clave, tales como el número total de sesiones, el número de usuarios que abandonan la aplicación móvil en esa pantalla, y las acciones más populares de los usuarios. Puede profundizar en métricas tales como las acciones del usuario que son lentas, errores y accidentes, de un modo que pueda ver rápidamente cómo optimizar la aplicación y mantener a los usuarios participando plenamente.

No se pierda todas las oportunidades que le reporta HPE AppPulse Mobile en Reimagine 2016. ☐

El paisaje empresarial de hoy en día se enfrenta a grandes perturbaciones debidas al crecimiento implacable de la información. El volumen de datos empresariales crece a un ritmo del 40% anual, y todo indica que el aumento seguirá acelerándose a lo largo de la próxima década. Con volúmenes de datos creciendo de forma exponencial y demandas crecientes relativas a cómo acceder y aprovechar estos datos, el gobierno de la información está experimentando un renacimiento. Las soluciones de gobierno de la información de HPE le permiten tomar el control de sus datos. Descúbralas en Reimagine 2016, el gran evento de Hewlett Packard Enterprise e Intel.

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

Profundice en el gobierno proactivo de la información en Reimagine 2016

Sin duda, el crecimiento cada vez más rápido de los datos está creando nuevos desafíos y oportunidades para todas las organizaciones. Pero para dar utilidad a esta información, es necesario gestionarla adecuadamente a lo largo de su ciclo de vida.

Tradicionalmente, el gobierno de la información ha sido una tarea costosa, complicada y principalmente manual, pero los avances en las tecnologías de eDiscovery y Big Data permiten que el gobierno de la información sea más flexible, potente y automatizado que nunca. Aplicar de forma proactiva el gobierno de la información a sus datos puede ayudarle a maximizar los beneficios y minimizar los riesgos, y en Reimagine 2016 verá como las soluciones de gobierno de la información de Hewlett Packard Enterprise le permiten controlar los datos, reducir el riesgo y el coste, cumplir con las normativas, aumentar la productividad y conseguir más valor de su información empresarial.

Adopte un enfoque proactivo

El gobierno de la información incluye la posibilidad de aplicar períodos de retención de litigios, responder adecuadamente a las obligaciones de cumplimiento y de medios de prueba de fuentes electrónicas (eDiscovery), satisfacer las necesidades de información de los usuarios en toda la organización y usar los contenidos de forma proactiva para obtener una ventaja competitiva o mejorar las operaciones comerciales.

Hoy en día, los viejos métodos de organización, ubicación y control no sólo no funcionan, sino que impiden además a las organizaciones comprender y utilizar plenamente sus activos de información. Aplicar el gobierno proactivo de la información a la organización, la ubicación y el control, puede ayudar a garantizar que sus datos estén disponibles, protegidos y gestionados a lo largo de todo su ciclo de vida, facilitando la toma de decisiones en toda la organización.

Las soluciones de gobierno proactivo de la información permiten ahorrar tiempo y costes asociados a la gestión de los datos, a la clasificación de los mismos y a su análisis en tiempo real. Esto garantiza la inclusión correcta de todos los datos relevantes ya que se selecciona la información relevante para casos de uso específicos, se automatizan los flujos de trabajo de asignación y notificación y se integran el hardware y el software para simplificar las implementaciones en un entorno alojado, in situ o híbrido.

Eso es precisamente lo que propone Hewlett Packard Enterprise con su plataforma de gobierno de la información, una cartera de soluciones modulares que ayuda a las organizaciones a acceder y comprender la información generada, a organizar y controlar esos datos con unas políticas centralizadas, y a gestionar y tomar medidas inteligentes conformes con los objetivos comerciales, legales y de cumplimiento.

Las soluciones de HPE pueden unificar los silos de datos y ayudar a las organizaciones a gestionar y a actuar con dicha información

Adéntrese en la plataforma de gobierno de la información de HPE

Del archivo al control basado en políticas

En un mundo donde digerir petabytes o exabytes de datos confidenciales se considera algo normal, resulta más crucial que nunca centrarse en la correcta gestión, supervisión y protección de toda la información. Las soluciones de gobierno de la información de HPE pueden unificar los silos de datos y trabajar con la arquitectura existente para ayudar a las organizaciones a gestionar y a actuar con dicha información.

Hewlett Packard Enterprise propone soluciones de archivo de la información empresarial que le pueden ayudar a cumplir con los estrictos requisitos normativos, centralizando los datos clave, incluyendo correo electrónico, redes sociales, voz, vídeo y datos estructurados, en todo el mundo y en toda la empresa. HPE ayuda así a los clientes a prepararse de forma proactiva para los litigios, cumplir con las extensas normativas del sector, reducir enormemente los costes de almacenamiento de TI y extraer valor de la información empresarial.

Puede elegir entre HPE Digital Safe, una solución de archivo de información basada en la nube, que puede ayudar a su empresa a satisfacer las necesidades de gestión de sus datos con mayor agilidad y ahorro de costes; y HPE Consolidated Archive, una solución de archivo de la información en las instalaciones. También puede desplegar HPE Supervisor, un software que automatiza la supervisión de comunicaciones de los empleados para cumplir las normativas de cumplimento y de mitigación de riesgos internos.

Por otra parte, el software eDiscovery ayuda a las corporaciones, bufetes de abogados y entidades gubernamentales a prepararse y reaccionar ante asuntos legales que implican grandes cantidades de datos, independientemente del tipo o la ubicación.

Pionero en retenciones legales, evaluación temprana de casos y revisión asistida por tecnología, el software eDiscovery de HPE ayuda a las organizaciones a resolver los problemas de las investigaciones, desde la recopilación de datos hasta la producción. Realice tareas de detección electrónica con propuestas flexibles, por ejemplo, software en las instalaciones, totalmente en host, en la nube o en dispositivo.

HPE también permite automatizar la aplicación de políticas para mejorar el gobierno de la información. La aplicación de las políticas de un modo coherente y transparente es clave para la automatización del gobierno a cualquier nivel, y las soluciones de gobierno basadas en políticas de Hewlett Packard Enterprise le ayudan a lograrlo. Estas soluciones abarcan:

- HPE Records Manager, que simplifica la captura y la gestión de los registros electrónicos y en papel en una única solución.
- HPE Control Point, que identifica, conecta y controla la información en todos los sistemas empresariales; limpia los datos heredados, automatiza la declaración de registros y migra la información empresarial a la nube.
- HPE Consolidated Archive, una solución de archivo de la información y de correo electrónico inteligente que le ayuda a gestionar, controlar y posibilitar una mejor perspectiva de todos los datos de su organización.
- HPE Structured Data Manager, que ayuda a retirar aplicaciones obsoletas a través de un proceso automatizado de extracción, validación y eliminación de datos.

No se pierda Reimagine 2016 y descubra todos los beneficios que le pueden reportar las soluciones de gobierno de la información de HPE. □

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

Reimagine 2016

Reimagine 2016
Madrid, 5 de mayo
Regístrate

09:00 **Registro y Café de bienvenida**

09:45 **Sesión Plenaria (Todas las ponencias serán en castellano)**
WELCOME AND 'ACCELERATE NEXT' DIGITAL EXPERIENCE

The Future Belongs to the Fast
Las empresas y los organismos públicos se enfrentan a una presión sin precedentes tanto de agentes externos como internos. El impacto de la digitalización y la velocidad a la que las ideas pueden convertirse en realidad empresarial es asombroso. Tanto si usted es un disruptor digital pionero en los nuevos modelos de negocio, como si es una organización ya consolidada, estará buscando ser ágil, así como desbloquear nuevas fuentes de ingresos. Trataremos sobre las oportunidades existentes en un mundo digitalizado y cómo acelerar el "time to value".

Winning in the Idea Economy
Mucho se ha hablado acerca de la necesidad de equilibrar la TI tradicional con la innovación digital. Sin embargo, la reducción de la brecha entre lo anterior y lo nuevo es mucho más que simplemente equilibrar el presupuesto entre el mantenimiento y las nuevas tecnologías. Se necesita un cambio cultural dentro de la organización y la gestión del cambio estratégico. Aquí podrá ver cómo empezar en el camino y ver ejemplos reales de empresas que han hecho de la digitalización y la innovación parte de su cultura.

Panel session- Navigating the Idea Economy
Una oportunidad única para asistir a casos de éxito y conocer diferentes retos y puntos de vista. Cuando la velocidad es la esencia, ¿cuáles son las consideraciones y prioridades que deben ser consideradas clave? ¿Es posible equilibrar eficazmente las necesidades empresariales actuales y las demandas de digitalización del mañana? Esta es una oportunidad de escuchar a los están a la vanguardia de esta transformación.

11:15 **Cofee Break & Encuentro con expertos en el área de Networking**
Tendrá la oportunidad de asistir a micro-presentaciones de sectores verticales, así como sobre innovaciones tecnológicas.

12:00 **Sala Transformar hacia una TI híbrida**
Su negocio debe ser ágil para tener éxito y necesita una base con la infraestructura correcta. Puede ayudar a acelerar las aplicaciones que mantienen su negocio hoy y mañana a través de nuevos modelos de entrega, como la nube y SAAS.

Sala Proteger la empresa digital
Es un mundo peligroso. Proteja de forma preventiva las interacciones entre usuarios, aplicaciones y datos en cualquier dispositivo y ubicación.

Sala Potenciar una organización basada en datos
Genere información práctica y en tiempo real del 100% de los datos que importan con nuestros probados servicios de análisis y soluciones.

Sala Impulsar la productividad en el puesto de trabajo
Brinde experiencias digitales y móviles que capacitan a los clientes, empleados y partners para crear mejores resultados empresariales.

13:00 **Sesión Plenaria**
(Todas las ponencias serán en castellano)
LEADING IN THE IDEA ECONOMY
Panel de historias de éxito en la Nueva Economía Digital

14:30 **Comida & Encuentro con expertos en el área de Networking**
Tendrá la oportunidad de asistir a micro-presentaciones de sectores verticales, así como sobre innovaciones tecnológicas.

16:00 **Fin del evento**

Haga clic en cada zona para conocer más detalles de cada área temática.

Hewlett Packard Enterprise | intel

Reimagine 2016

Madrid, 5 de mayo
Centro de Convenciones Norte de IFEMA

¡El evento más importante de este año de Hewlett Packard Enterprise en España!

No puedes perderte esta experiencia única, tendrás la oportunidad de:

- Realizar la **transformación** necesaria para afrontar los retos de la Nueva era Digital
- **Acelerar** el “time-to-value” y proporcionarlo de manera continuada
- **Identificar** las claves para ser más competitivo y conseguir los resultados esperados de negocio

Regístrate

#Reimagine2016

© Copyright 2016 Hewlett Packard Enterprise Development LP.
Intel y el logotipo Intel son marcas comerciales
de Intel Corporation en los EE.UU. y en otros países

La Banca ante la Transformación Digital:
retos y oportunidades

HUAWEI

Mayo 2016

La Banca ante la Transformación Digital:

retos y oportunidades

Que la Transformación Digital está afectando, en mayor o menor medida, a todos los sectores productivos y comerciales, es algo de lo que no cabe la menor duda. Las nuevas tendencias tecnológicas se dejan sentir en un negocio que, por una parte, ha estado ligado siempre a la innovación y la apuesta por la tecnología y, por otra, ve cómo aparecen nuevos competidores en tipologías de empresas que, hasta hace poco, eran inimaginables.

Pero, quizá, deberíamos empezar analizando qué entendemos por Transformación Digital, porque no se trata solo de hacer las cosas de la misma forma, pero empleando la tecnología para alcanzar os resultados de forma más rápida y efectiva. La verdadera Transformación Digital pasa por el impacto de las nuevas tendencias tecnológicas en un sector concreto y en el aprovechamiento de éstas para alcanzar, cambiando profundamente la forma de hacer las cosas, los objetivos planteados de rentabilidad, eficiencia, eficacia, se-

La verdadera Transformación Digital afecta a la forma de hacer las cosas, a cómo integrar estas tendencias tecnológicas; afecta al hardware, al software y, sobre todo, a los procesos. En definitiva, redefine completamente la realidad del negocio

guridad… ofreciendo, al mismo tiempo, una experiencia de usuario totalmente renovada a un cliente que se sitúa en el centro y que dirige este reto transformador.

El cliente se ha acostumbrado a la inmediatez, a ser atendido cómo y cuándo quiera, no a esperar a que abra la oficina para realizar gestiones bancarias, y a que sus opiniones y valoraciones en redes sociales se tengan en cuenta, y en esta transformación es fundamental tener esto en mente a la hora de diseñar vías y soluciones. La respuesta a este cambio tan radical está en la tecnología, pero no en una inversión en TI que sirva para hacer lo mismo, pero de forma más efectiva. La verdadera Transformación Digital afecta a la forma de hacer las cosas, a cómo integrar estas tendencias tecnológicas; afecta al hardware, al software y, sobre todo, a los procesos. En definitiva, redefine completamente la realidad del negocio.

La pregunta que surge es, ¿puede estar la Banca exenta de esta Transformación Digital? ¿Puede posponerla?

Los retos para una verdadera Banca Digital

Desde hace años, conocemos el concepto de Banca on-line, pero la Banca Digital va mucho más allá, integrando todas las tendencias TIC con un nuevo paradigma de atención al cliente. Repasemos para empezar algunos de los retos a los que se enfrenta la Banca en su Transformación Digital.

El sector bancario se enfrenta a una serie de retos en áreas de interés: cómo el banco se adapta a las necesidades y querencias de su cliente (cambio del escenario); cómo pueden alinear los objetivos de negocio con el potencial que ofrece la tecnología; cómo aprovechar la ingente cantidad de datos de clientes que almacenan en beneficio del negocio; y cómo pueden alcanzar los niveles de seguridad adecuados y necesarios en este momento.

En todo caso, conviene recordar que la Banca se está transformando en un entorno dinámico que trata de aprovechar al máximo el potencial que ofrecen las nuevas tecnologías.

El escenario

Si repasamos los retos a los que se enfrenta, encontramos, en primer lugar, el foco en el cliente. Esta transformación de la que hablamos ha generado o ha sido generada por un nuevo consumidor, más informado y

exigente, que demanda cercanía, inmediatez y transparencia. La tecnología, sobre todo por el imparable auge de las redes sociales, ha puesto al cliente "al mando", lo que requiere de un trabajo más social y menos financiero para retener al cliente. Escucharle, atenderle, responderle, son retos que el sector bancario no puede obviar.

En este panorama, empresas alejadas tradicionalmente del mundo bancario, pero muy cercanas a los usuarios, como Pay-Pal, Apple o Google, han puesto en el mercado soluciones de plataformas de pago, mientras otros siguen apostando en la misma línea, creando una competencia hasta la fecha desconocida, pero, sobre todo, más experta en el cliente digital que la Banca tradicional.

Porque es evidente que los dispositivos móviles se han convertido en una necesidad para las empresas del sector bancario que buscan no perder cuota de mercado, y más teniendo en cuenta el nivel de penetración en la sociedad, sobre todo entre las capas más jóvenes de la misma, que son, a la vez, los que más cambios demandan en el escenario que se les plantea.

Huawei Empresas analiza la Transformación Digital del Sector Financiero

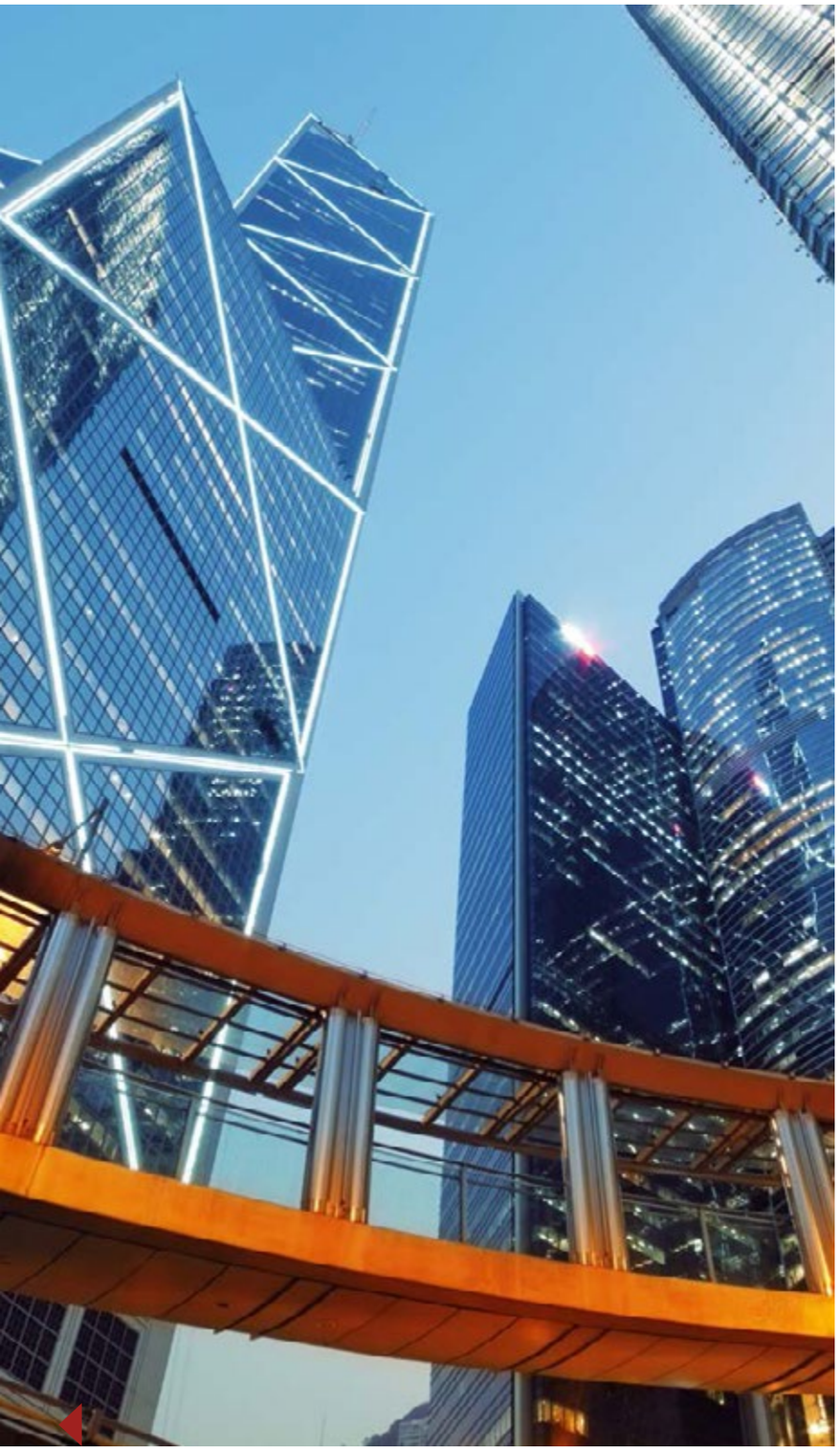
Clicar para ver el vídeo

Eso sí, no podemos olvidar que, para mejorar la satisfacción de los clientes, es necesario mejorar su experiencia de uso y su nivel de interacción con el banco. No podemos mantener un horario de ventanilla, sino un 24x7 y desde cualquier plataforma de contacto, ya sea fija, móvil, telefónica o, incluso, presencial en la entidad bancaria. La experiencia para el usuario debe ser la misma en todos los casos, porque, a la larga, el cliente es el mismo, interactúe como interactúe con su banco.

> **"El sector financiero es una de nuestras principales apuestas y la gran experiencia en instituciones financieras internacionales nos permite conocer las soluciones líderes en el sector"**
>
> **Santiago Julián, Solution Manager de Huawei para el mercado financiero**

Cómo aprovechar y proteger los datos

Conocer al cliente para ofrecerle el producto concreto que necesita y, a la vez, ser capaz de replicar esta capacidad de personalización en todos y cada uno de los



clientes de una entidad bancaria. A esto debe aspirar un banco digital. Y es que el banco tiene una gran cantidad de datos de cada usuario, datos que, en realidad, son información de valor para reorientar los mensajes y las formas de actuar en pos del crecimiento del negocio.

Y, ni que decir tiene, que la seguridad es primordial para este segmento del negocio, dado que los datos que poseen de los clientes son datos muy sensibles y, por ello, muy golosos para los atacantes, que pueden generar un doble mal en la entidad: por una parte, el perjuicio económico y, por otra, el perjuicio de imagen que, a la larga, en un mundo tan marcado por las redes sociales, puede ser más negativo para el banco.

Propuesta tecnológica

Al hilo de esta necesidad, quisimos hablar con un proveedor de tecnología que centra sus esfuerzos en ayudar a las empresas en el avance hacia una verdadera Transformación Digital. Y si anteriormente hablábamos de la realidad a la que se enfrenta la Banca desde un punto de vista meramente de negocio, queremos hacerlo ahora desde un punto de vista meramente técnico y, por ello, le preguntábamos a Santiago Julián, Solution Manager de Huawei para el mercado financiero, cómo afectan las nuevas tendencias tecnológicas, como Cloud, Big Data, Movilidad, o Social Media, a un mercado, en apariencia, tan consolidado como el de la Banca. Para este responsable, "en primer lugar, a pesar de ser un mercado consolidado, creemos que las entidades y el modelo bancario español están en permanente revisión, tratando de adaptarse a las nuevas tecnologías. Entre ellas podemos destacar algunos aspectos que consideramos importantes, y uno de ellos es el Time to Market a la hora de comunicar con sus clientes y generar nuevas oportunidades de negocio".

Otro aspecto interesante "es la reducción de los costes de producción de nuevos servicios". Las nuevas tecnologías permiten mayores rendimientos y capacidades, a un precio equilibrado, y, por tanto, nuevos despliegues que generan ahorros.

Obviamente, "muchas de las tecnologías actuales se quedan obsoletas, y los sistemas tradicionales pueden ser reemplazados con estas nuevas tecnologías"

Por último, señala, "conviene tener en cuenta al nuevo usuario de servicios bancarios. ¿Hace cuánto tiempo que no vamos a una oficina bancaria? ¿Y las nuevas generaciones? Quizá ya no tengan que ir nunca más, dado que ahora todo lo tienen en Internet, en la nube, sin olvidar que existe la amenaza de nuevos competidores como los OTT (Over the Top), que pueden con-

Conocer al cliente para ofrecerle el producto concreto que necesita y, a la vez, ser capaz de replicar esta capacidad de personalización en todos y cada uno de los clientes de una entidad bancaria

vertirse en alternativa y usan extraordinariamente las posibilidades del análisis basado en Big Data".

Así las cosas, ¿qué retos debe asumir la Banca en esta Transformación Digital que llega como una ola a todos los negocios?

Para este responsable, "la irrupción de nuevos oferentes ajenos, en principio, al negocio bancario tradicional, debe ser tenida en cuenta por la Banca. Por otro lado, la percepción de estos últimos años de cierta pérdida de confianza en los productos financieros, y la crisis actual de tipos de interés, favorecen las estrategias de cambio de modelo. La experiencia de usuario es totalmente nueva, con clientes manejando sus cuentas de manera remota".

"El uso del Big Data", añade, "debe ser incorporado en toda estrategia. La cantidad ingente de información que acumulan los bancos de las transacciones de sus clientes no está siendo suficientemente utilizadas para generar nuevos negocios y clientes".

Al hilo de esta realidad, nos preguntábamos ¿cuáles son las áreas de mejora que tiene la Banca en esta evolución? Y, ¿qué pasos son imprescindibles para adecuar el negocio tradicional de la Banca al "panorama digital"?

Big Data, el reto del sector bancario, según Stratio

Clicar para ver el vídeo

El banco tiene una gran cantidad de datos de cada usuario, datos que, en realidad, son información de valor para reorientar los mensajes y las formas de actuar en pos del crecimiento del negocio

En opinión de Santiago Julián, "asumir el cambio cultural de la sociedad actual y orientarse hacia lo digital. Otra área a potenciar es la mejora de la eficiencia, dado que los costes actuales de mantener un cliente pueden reducirse notablemente, pero, para eso, es imprescindible mejorar los procesos y la eficiencia. Para ello tienen que confiar en nuevos proveedores que aporten soluciones basadas en la innovación y en la calidad, partners que puedan ayudarle a crecer al ritmo que cada entidad necesite en su migración digital".

Por último, quisimos conocer ¿cómo puede una empresa como Huawei ayudarle en esta transformación?

En palabras de Santiago Julián, "siendo un partner en la evolución digital. Huawei es una compañía que ofrece todo un catálogo de soluciones de comunicación de extremo a extremo, y es el único fabricante capaz de poder ofrecer una solución adecuada cualquiera que sea su necesidad y cualquiera que sea el momento. Para ello, más de 70.000 ingenieros trabajan en el área

Red Hat apunta a la capacidad de innovación del Sector Financiero como clave de su Transformación Digital

Clicar para ver el vídeo

Los dispositivos móviles se han convertido en una necesidad para las empresas del sector bancario que buscan no perder cuota de mercado, y más teniendo en cuenta el nivel de penetración en la sociedad, sobre todo entre las capas más jóvenes de la misma

de I+D, la mayor fuerza privada de desarrollo del mundo. En Huawei tenemos una solución y desarrollo únicos para cada cliente. Si las necesidades del cliente son únicas, así son nuestras respuestas".

"Tenemos", continúa, "una gran experiencia en soluciones verticales. El sector financiero es una de nuestras principales apuestas y la gran experiencia en instituciones financieras internacionales nos permite conocer las soluciones líderes en el sector. Además, Huawei trabaja cada vez con más partners de negocio y desarrolladores. Nos estamos convirtiendo en un jugador de referencia y eso se nota en que cada vez más entidades quieren trabajar con nosotros, porque han valorado que trabajar con Huawei supone una relación beneficio mutuo tanto para el integrador como para Huawei".

Pero, ¿qué soluciones son las que ofrece Huawei al sector de la Banca?

Para este responsable, las más destacadas son, en lo referido a soluciones de infraestructura TI, los entornos Cloud, servidores, Big Data y almacenamiento, datacenters y datacenters modulares y cajeros virtuales; en comunicaciones, entornos de centro de datos, Campus, Radio, Wifi, Wimax… comunicaciones unificadas, ToIP, Call Center IP, videoconferencia, telepresencia, videovigilancia; y en dispositivos, tabletas, smartphones y dispositivos USB.

Enlaces relacionados

- Soluciones tecnológicas para la Banca
- Huawei en la industria de los servicios financieros
- Reshaping IT to Fuel Digital Banking Transformation - HUAWEI in the FSI Brochure

Huawei celebra un evento en el Palacio de la Bolsa para hablar de Transformación Digital y Banca

Nuevos retos de la Transformación Digital en el Sector Financiero

Huawei celebró el pasado 20 de abril en el Palacio de la Bolsa, un evento para tratar los nuevos retos en la transformación digital del sector financiero. Y es que la tecnología está abriendo nuevas posibilidades a los bancos para transformar sus modelos de negocio, operaciones y relaciones con los clientes. Al mismo tiempo, está permitiendo que nuevos actores, por medio de la innovación, ofrezcan a los clientes servicios instantáneos que están cambiando las actitudes y expectativas sobre el sector.

Transformación digital en la Banca

En este evento, no sólo se habló de tecnología aplicada al mundo de la Banca, sino que se aportó una visión más global que comprende también la situación económica en la que nos encontramos, y cómo esta tecnología está cambiando la forma de hacer negocios, lo que, por una parte, permite a las empresas actuales y tradicionales, de un sector como el financiero, ampliar la oferta de productos y servicios que ofrecen a sus clientes, y, por otro lado, abre la puerta a nuevos jugadores y modelos de negocio que, apoyados en esta tecnología, generan y generarán una competencia que algunas consultoras estiman que podría llegar a alcanzar el 25% del total del mercado.

Perspectivas positivas en la economía

José María O´Kean, catedrático de Economía y Tecnología por el Instituto de Empresa, abrió la sesión hablando de la situación económica actual y las perspectivas de futuro, así como del papel de la tecnología como palanca de crecimiento.

En su disertación, este catedrático dejó claro que nos hayamos en un ciclo de crecimiento, pero alertó de que en los últimos meses hemos entrado en una especie de bucle que no nos permite seguir creciendo. De hecho, ejemplificaba la situación con el parecido a una roton-

da, y señalaba que para salir de ahí y seguir la ruta del crecimiento, las TI son la clave. “La red y la tecnología son la clave”, afirmaba, pero destacaba que no se trata sólo de cómo atender a los clientes y cómo llegar hasta ellos, sino de cómo son las empresas percibidas por los clientes, porque, tal y como explicaba, “el espacio digital es ahora el terreno de juego, y las empresas deben crear su propio avatar en este espacio, cómo quieren ser vistos, cómo quieren ser sentidos”.

Según señalaba el propio O’Kean, “vamos hacia un mundo más conectado, pero no solo M2M, sino también de personas. Avanzamos a un mundo más digital, un espacio de sensaciones, y las empresas deben posicionarse en esa realidad”.

Con todo ello, para este catedrático, “el nuevo reto de la cadena de valor está en el front-office”.

Retos de la transformación de la Banca

Por su parte, Javier Echániz, director de consultoría TA-TA Deloitte, expuso los retos de esta Transformación Digital en la Banca y cómo se trasladan estos al departamento de TI.

Tal y como señaló este experto, la Transformación Digital afecta a todos los sectores, pero la velocidad y el impacto es diferente de unos a otros. En el caso del sector financiero, hablamos de clientes más exigentes y con barreras de cambio más bajas; un sector con una gran exigencia normativa; con una nueva y cada vez mayor competencia; y con una alta presión en lo relativo a la rentabilidad. Porque, ¿qué esperan los clientes? Para Javier Echániz, el cliente demanda un mayor acceso a la información, mayor transparencia, más elección de productos y servicios, mayor velocidad, menores costes, mayor facilidad de uso y una reducción de intermediarios, entre otras cuestiones.

De hecho, se espera un cambio significativo en la realidad del sector financiero en un par de años. Así, si hoy el 50 o 55% de los clientes son de oficina, en dos años se espera que el porcentaje ya sea inferior al 45% (40-45%). Algo parecido pasará con los clientes de cajeros, que pasarán de ser entre el 10-15% actual al 8-10% de cara a 2017. Es más, mientras que se mantendrá el porcentaje de los clientes que hacen un uso mayoritario de la oficina, se duplicará el de los que hacen un uso mayoritario de los canales digitales, quedando el porcentaje relativo al cliente digital entre el 25 y el 30%, frente al 15-20% actual.

Y esto plantea una serie de retos a corto plazo, como son el reducir el coste de atención y poner el foco en los clientes de mayor valor y potencial, a la vez que se potencian las ventas y contratación multicanal y se mejora la experiencia de usuario.

Por tanto, es evidente que, dentro del sector financiero, la transformación se está produciendo en toda

la cadena de valor y afecta a todos los segmentos de clientes.

Para terminar, Javier Echániz enumeró una serie de retos tecnológicos en la transformación digital del sector financiero: gestión del legacy, el rol del CIO como gestor de capital riesgo, adecuación de los contratos de outsourcing, orquestación de servicios cloud y de terceros, adopción de nuevas metodologías, captación y fidelización de talento, potenciación de los sistemas de engagement, pasar del Big Data a la Analítica Cognitiva, ofrecer respuestas en tiempo real, capacidad de recolección y transmisión masiva de datos, nuevas herramientas de productividad y movilidad, y la ciberseguridad.

El nuevo rol de la tecnología en la Banca

Kenny Luiwilin, mostró la visión de Huawei y cómo puede ayudar a las empresas de este sector en su Transformación. Para este responsable, las arquitecturas tradicionales no pueden dar respuesta a los nuevos retos que impone el negocio y los competidores, animados ambos por una creciente cada vez más exigente proveniente de los usuarios.

La propuesta de Huawei se apoya en una plataforma ágil, abierta y eficiente sobre la que se coloca una plataforma inteligente e la que convergen todos los datos, para situar por encima una capa de servicios y de relación ubicua con los clientes, independientemente de la plataforma de contacto que estos estén utilizando (oficina tradicional, banco on-line, banca telefónica, banca móvil…). Con todo esto, se sustituye la infraestructura tradicional por una propuesta basada en estándares, controlable en costes, de alta seguridad y fiabilidad, de gran capacidad, de sencilla expansión y adecuada para la innovación.

Basándose en esto, Huawei se perfila, y así lo dejó claro Kenny Luiwilin como el partner adecuado, tanto por la amplia gama de productos como por su ecosistema de alianzas y los proyectos ya implementados en otros países.

Asimismo, Kenny Luiwilin destacaba que Huawei está ayudando a los bancos a desarrollar la siguiente generación de plataformas cloud, y mencionaba un par de ejemplos según los cuales, aprovechando las posibilidades de IaaS, en el ICBC, habían conseguido reducir el tiempo de despliegue de un nuevo servicio de 6 meses a 15 días, permitiendo que cada técnico pasara a poder manejar 500 dispositivos, en vez de 200; por otra parte, destacaba que un partner, ofreciendo apps basadas en cloud, había ayudado a un cliente a reducir el TCO en torno a un 30%.

El aporte de los partners

Huawei celebró este evento de la mano de otros dos partners. Por una parte, Red Hat, representado en este evento por Javier López de la Morena, y, por otra, Stratio España, en la persona de Alberto Méndez.

Javier López de la Morena destacaba la evolución que debe hacerse en las TI, hacia nuevos y ágiles flujos de trabajo que den cabida a la modernización de las aplicaciones actuales. Y, desde el punto de vista de Red Hat, esto pasa por lo que denominan una cloud híbrida y abierta, que incorpore elementos como Red

Hat Cloudforms, Red Hat JBoss Middleware y Red Hat Storage, para unificar en una misma infraestructura la TI física, la TI virtual, la nube privada y la nube pública.

Para este portavoz, el camino del cambio pasa no solo por la tecnología, sino por la mentalidad de los clientes, la cultura de la empresa, los procesos internos y de negocio y, por supuesto, la tecnología.

La ponencia de Alberto Méndez, centrada en el efecto del Big Data en la Banca, partía de una serie de datos, como que en cinco años el 25% de los usuarios lo será solo de banca on-line, mientras que solo el 5% lo será de oficinas. Además, destacaba la aparición de grandes figuras del mundo digital, como Google, Facebook o PayPal, por ejemplo, que van a impactar en todos los sectores, incluido el sector financiero.

De ahí que se necesite un cambio estratégico, tanto empresarial como tecnológico, de orientación al cliente con una estructura data centric. Hablamos de una estructura sobre la que desarrollar una estrategia multichannel, y que aporta ventajas tales como la no replicación de datos, la unificación de los mismos, la gestión del cliente como una entidad única independientemente del canal usado, el alto ratio de TPO por datos, costes optimizados, análisis predictivos, visión integrada, eliminación de silos y máxima inteligencia del dato.

“Muchos bancos en el resto del mundo están interesados en lo que han ido haciendo los bancos españoles”

Javier Echániz, Deloitte

En otras palabras, pasamos de la personalización a la hiperpersonalización, de la segmentación a la microsegmentación, permitiendo una comunicación y un marketing 1 a 1 con los clientes.

Pero, ¿en qué punto estamos? ¿Qué tenemos que hacer?

El evento contó también con una mesa redonda moderada por Miguel Ángel Gómez, director de revistas digitales de IT Digital Media Group, en la que los diferentes ponentes analizaron el momento que vive el sector financiero en nuestro país y los próximos retos a abordar por las empresas para seguir el ritmo de transformación que vive el mercado.

”El reto de los bancos españoles es aprovechar la tecnología para recuperar su posición a nivel global”

Javier López de la Morena, Red Hat

Participaron en la mesa redonda Kenny Luiwilin, Javier Echániz, Javier López de la Morena y Alberto Méndez, y el primer objetivo era conocer cómo se encuentra el sector financiero español en su camino hacia la Transformación Digital. En el caso de Kenny Luiwilin, “es difícil contestar a esta pregunta. Podemos hablar de muchas tecnologías y de cómo los bancos pueden aprovecharlas para ser más eficientes, pero a la hora de la verdad, lo que necesitan es ser capaces de responder a las necesidades de los clientes. Para ello, deben ser capaces de utilizar los datos que tienen y trasladarlos a la plataforma de negocio para satisfacer las demandas de los clientes”.

Hablando de esta Transformación Digital, Antonio Crespo señala que los bancos españoles “ya han dado pasos para transformar sus negocios y sus compañías.

“Los bancos están bajo una gran presión en lo referente a los costes, una presión que se incrementa cada momento”

Kenny Luiwilin, Huawei

De hecho, muchos bancos en el resto del mundo están interesados en lo que han ido haciendo los bancos españoles en estos meses, porque son proyectos interesantes que han cambiado cómo se manejan las compañías. Tenemos que ser positivos, porque estamos haciendo algunas cosas bien en España”.

Destaca Alberto Méndez un caso español, como es el del BBVA, “que ahora está considerado como el segundo banco por Investigación y Desarrollo en el mundo. Por otra parte, en España hay muchos otros bancos que necesitan esta Transformación, que están empezando con ella, que están desarrollándola, pero no es un viaje sencillo. El caso de BBVA es paradigmático, en cambio, porque han sido capaces de transformar toda su plataforma tecnológica alrededor de tecnología Big Data”.

Por su parte, Javier López de la Morena, estimaba que el reto de los bancos españoles es aprovechar la tecnología para recuperar su posición a nivel global. Hace algunos años, los bancos españoles estaban posicionados como algunos de los más destacados en el mundo en términos de transacciones on-line o en sistemas de reporte, pero por los procesos de consolidación y de readaptación del mercado, los bancos tienen que recuperar su posición en el mercado, y para ello tienen que transformarse usando la tecnología.

Si miramos la lista de cosas pendientes, quisimos conocer cuál serían los pasos a dar por el sector financiero español.

Para Javier Echániz, Deloitte, los bancos españoles son conscientes de lo que tienen que hacer. Están invirtiendo mucho dinero en desarrollar estrategias multichannel, por ejemplo, o en Big Data. En su opinión, “los bancos deben seguir aprovechando la tecnología para reducir sus costes y, de forma adicional, invertir en aspectos como la multicanalidad y Big Data.

Para Kenny Luiwilin, “los bancos están bajo una gran presión en lo referente a los costes, una presión que se incrementa cada momento”, y un cambio de arquitectura puede permitirles una reducción significativa de los costes, algo que no es posible hacer sin el aporte de la tecnología”.

Y Alberto Méndez añade también la necesidad de “un cambio de mentalidad. Allí donde vamos necesitamos estar abiertos a un cambio cultural, a pensar las cosas de otro modo”, además de apostar también por cuidar el talento. “Tenemos mucho talento, talento técnico, y prueba de ello es que Amazon va a abrir un centro en Madrid. Tenemos las personas con las capacidades, pero hay que cuidarlas”, y no solo para que funcione la tecnología, sino para cambiar el mundo, añade”.

“En España hay muchos otros bancos que necesitan esta Transformación, que están empezando con ella, que están desarrollándola, pero no es un viaje sencillo”

Alberto Méndez, Stratio

¿Quieres conocer las claves
de una adecuada **red inalámbrica**
para entornos profesionales?

Descarga este whitepaper
y descubre qué elementos
la definen y la diferencian

Teldat bintec-elmeg

it User TECH & BUSINESS

Workstations:
rendimiento y fiabilidad al servicio de la productividad

Las estaciones de trabajo no son simples PC o portátiles, sino que son sistemas que, tanto por los componentes que los forman como por los test a los que son sometidos en su proceso de producción, elevan el nivel de fiabilidad y de rendimiento para ser capaces de dar respuesta a las más altas exigencias de usuarios y aplicaciones. Descubre algunas de las claves que definen este tipo de equipos.

Las estaciones de trabajo son sinónimo de exigencia, tanto en su montaje y la elección de los componentes, como en el rendimiento que se espera de este tipo de sistemas, que son usados en entornos más exigentes que los tradicionales PC o portátiles. Cálculos complejos, manejo de grandes cantidades de información, gestión de significativos elementos gráficos, son algunos de los escenarios en los que les estaciones de trabajo desempeñan su labor habitual, escenarios donde la exigencia de rendimiento y fiabilidad va un paso más allá.

HP Inc adapta su oferta de estaciones de trabajo a las nuevas necesidades del mercado

Clicar para ver el vídeo

Alto nivel de fiabilidad

La fiabilidad es esencial para los usuarios de estaciones de trabajo, porque un fallo o problema en uno de estos sistemas puede provocar un efecto indeseado en la productividad de máquinas que, por lo general, tienen varias horas de trabajo intenso al día. Por este motivo, las estaciones de trabajo se someten a exhaustivos ciclos de prueba y testeo, en el caso de HP Inc. desde hace más de 3 décadas, para asegurar la fiabilidad y la resistencia de sus diferentes modelos.

De hecho, las workstations de HP Inc. basan su diseño en las demandas de las aplicaciones de los usuarios, normalmente más exigentes que las aplicaciones de uso cotidiano en PC y portátiles. El modelo de diseño se basa en Class 2 electronics, reservado a sistemas de alta confianza, que asegura que los componentes superan los ciclos de trabajo típicos de los PC o los dispositivos electrónicos de consumo (que siguen las especificaciones Class 3). Asimismo, están diseñadas para soportar flujos de trabajo de misión crítica y total disponibilidad, de ahí que incorporen algunos componentes habituales en servidores.

Las estaciones de trabajo son sinónimo de exigencia, tanto en su montaje y la elección de los componentes, como en el rendimiento que se espera de ellas

Estos componentes están probados para soportar largos períodos de vida útil y difíciles condiciones de ambientales. Y es que en los laboratorios que la compañía tiene en Fort Collins, Colorado, los sistemas son sometidos a rigurosas pruebas de cambio de temperatura, voltaje y frecuencia, que llevan a los diferentes componentes del equipo hasta el límite, asegurando su adecuada respuesta una vez que llegue a manos de los usuarios, por exigentes que estos, o las condiciones de trabajo que tengan, sean.

A la hora de configurar estas máquinas, los diferentes componentes son seleccionados siguiendo unos estándares estrictos de calidad, pero, además, son analizados de manera rigurosa, a todos los niveles, para asegurar la respuesta que van a tener una vez integrados.

Con esto, se reduce de manera muy significativa la posibilidad de fallo prematuro, asegurando la fiabilidad y disponibilidad de la estación de trabajo.

Y, una vez superados los test de los componentes, las máquinas son sometidas a otra serie de test físicos, incluyendo vibración o impacto, para asegurar cómo se comportan estos equipos en situaciones de stress, antes de pasar por otros exámenes de variación ambiental extrema, para replicar situaciones más exigentes para las máquinas que las que puedan tener en cualquier usuario.

Innovación en componentes

El rendimiento es un factor clave en los escenarios donde desempeñan su labor las estaciones de trabajo. Por este motivo, algunos de los componentes que se incorporan son similares a los que forman equipos de alta disponibilidad, como los servidores. Pero, además, HP Inc. ha introducido una serie de innovaciones tecnológicas para incrementar el rendimiento de estos sistemas.

Concretamente, queremos detenernos en los dos últimos, una solución de almacenamiento 16 veces más rápida que una SSD Sata a un coste similar, y una solución de transferencia de calor para reducir el ruido del sistema.

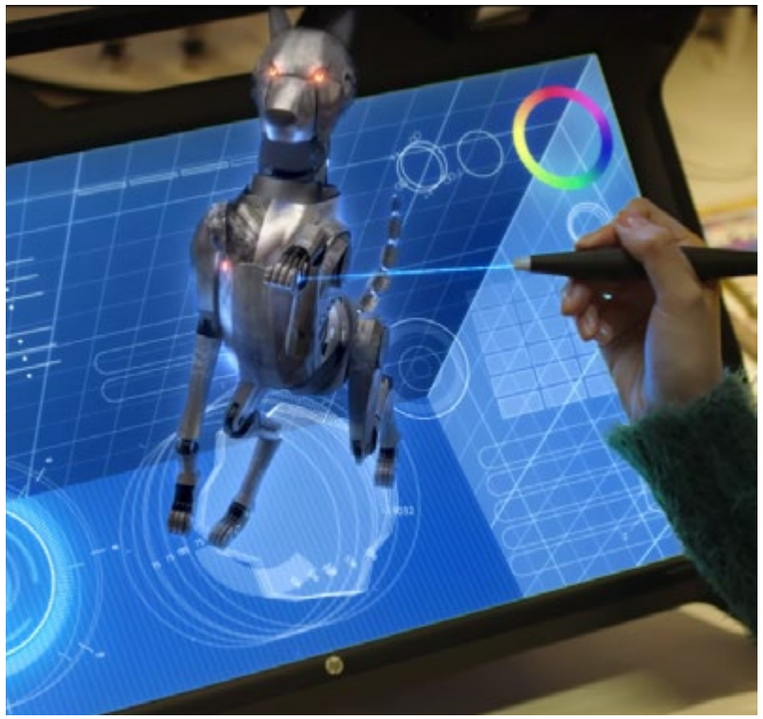
HP Z Turbo DriveQuad Pro ofrece a los usuarios un mejor rendimiento y fiabilidad para ganar velocidad durante los grandes almacenamientos de datos, de modo que se resuelven los cuellos de botella típicos en aquellos entornos donde el almacenamiento es un reto y la velocidad un factor fundamental.

La fiabilidad de las estaciones de trabajo HP Z

Clicar para ver el vídeo

Las workstation Serie Z se pueden equipar hasta con cuatro módulos HP Z Turbo DriveG2 en una tarjeta PCIe x16. Esta solución ofrece un rendimiento secuencial de hasta 9.0GB/s. Además, HP Z Turbo Drive Quad Pro mejora la protección de información en caso de apagón.

Por su parte, HPZ Cooler es un innovador sistema de refrigeración ultrasilencioso diseñado para reducir el ruido del sistema en las estaciones de trabajo serie Z de HP Inc., incluso durante las cargas de trabajo más exigentes. La solución ayuda a reducir la velocidad del ventilador de la CPU y ofrece una reducción del nivel acústico de hasta 8.5 dBA en relación a las generaciones previas. Esta solución combina la tecnología de cámara de vapor 3D y la innovadora aleta hexagonal de diseño escalonado de HP Inc.



Contenido 3D y realidad virtual

HP Inc. Ha colaborado con NVIDIA para presentar nuevas estaciones de trabajo diseñadas específicamente para los creadores de contenido 3D, profesionales de medios de comunicación, desarrolladores de juegos y aplicaciones, cuyo objetivo sea crear experiencias de realidad virtual inmersiva.

Las nuevas configuraciones de la workstation HP Z incluyen los nuevos sistemas NVIDIA VR Ready, equipados con GPU profesionales NVIDIA Quadro. Las nuevas configuraciones proporcionan a los creadores de contenido rendimiento para crear una experiencia exacta de realidad virtual. Cada configuración está testeada con gafas de realidad virtual HTC Vive, que se pueden incluir de forma opcional, para garantizar la creación de contenido inmersivo. La última configuración para la creación de contenidos cuenta con dos tarjetas NVIDIA Quadro M6000 de 24 GB.

En palabras de Gwen Coble, directora de Soluciones Profesionales y de Retail de EMEA en HP Inc, “las workstations de sobremesa HP Z con gráficos NVIDIA son la combinación ideal para esta nueva era de creación de contenido”.

Los creadores, con estos sistemas obtienen beneficios tales como velocidades de frame ultra rápidos y baja latencia, incluso con los conjuntos de datos más complejos. Esos factores de rendimiento son críticos para dar la experiencia de realidad virtual en las gafas que para ello se precisan, cómodas y atractivas para los

HP Z1 G3 All-in-One Workstation

Clicar para ver el vídeo

La fiabilidad es esencial para los usuarios de estaciones de trabajo, porque un fallo o problema en uno de estos sistemas puede provocar un efecto indeseado en la productividad

creadores de ese tipo de contenidos, así como para los consumidores.

La HP Z840 con tarjetas duales M6000 24GB soporta la tecnología NVIDIA VR SLI (Scalable Link Interface) que dobla la capacidad de renderizado de las aplicaciones más exigentes de realidad virtual. Asimismo, aprovechan el GPU Affinity API de NVIDIA, así como las tecnologías de Sincronización VR para maximizar el rendimiento y eliminar prácticamente por completo el desgaste de la imagen.

Los nuevos modelos son la HP Z240 con NVIDIA Quadro M5000, la workstation HP Z640 con NVIDIA Quadro M6000 y la HP Z840 con gráficos duales NVIDIA Quadro M6000.

Rendimiento y movilidad: workstation móvil ZBook Studio

Para aquellos usuarios que necesiten no sólo el rendimiento y la fiabilidad de una estación de trabajo, sino poder llevarse ambas características allá donde desempeñen su trabajo, HP Inc. anunció la HP ZBook Studio, su primera estación de trabajo Ultrabook de cuatro núcleos del mundo. “La ZBook Studio es una perfecta combinación de cerebro y elegancia con la tenacidad de la ingeniería de las workstations serie Z de HP Inc.”, explicaba Gwen Coble, quien añadía que “ha superado 120.000 horas de pruebas y cuenta con numerosos avances en estaciones de trabajo nunca vistos hasta ahora: CPU Intel Xeon con memoria ECC, Thunderbolt 3, Z Turbo Drives de segunda generación, seguridad HP Sure Start y una pantalla DreamColor 4k de ocho millones de pixeles”. De hecho, como el resto de estaciones

HP ZBook Studio Mobile Workstation

Clicar para ver el vídeo

de trabajo móviles de HP Inc, ha superado las pruebas MIL-STD 810G.

La ZBook Studio es una workstation con pantalla de 15,6 pulgadas, 2 kg de peso y 18 mm. de grosor. Cuenta con procesadores Intel Core o Xeon, unidad dual de 1 TB HP Z Turbo Drive G2, hasta 32 GB de memoria ECC, dual Thunderbolt 3, ventiladores dobles de refrigeración y pantallas opcionales HP DreamColor UHD o FHD táctil. A nivel gráfico, puede elegir entre NVIDIA Quadro M1000M 2 GB GDDR5 Professional o Intel HD 530.

Aprovechando este anuncio, HP Inc también introdujo la tercera generación de estaciones de trabajo móviles, compuesta por los modelos HP ZBook 15u, con pantalla de 15,6 pulgadas, hasta 32 GB de memoria, gráficos profesionales AMD FirePro con 2GB de frame buffer, HP Z Turbo Drive G2, 1,5 TB de almacenamiento total y una pantalla táctil FHD; la HP ZBook 15, también con una pantalla de 15,6 pulgadas, procesador Intel Core o Xeon, memoria 64 GB ECC, hasta dos discos Z Turbo Drive de

1TB de segunda generación con un almacenamiento total de 3 TB, dual Thunderbolt 3, y pantallas opcionales HP DreamColor UHD o FHD táctil; y HP ZBook 17, con pantalla de 17,3 pulgadas, procesador Intel Core o Xeon, hasta 64 GB de memoria ECC, hasta dos discos Z Turbo Drive de 1TB de segunda generación para hasta 4 TB de almacenamiento total, dual Thunderbolt 3, y pantallas opcionales HP DreamColor UHD o FHD táctil. La ZBook 17 también cuenta con soporte para gráficas NVidia Quadro hasta M5000M de 8GB frame buffer.

Cabe señalar que, junto con las nuevas workstations HP ZBook se presentó el HP ZBook Dock con Thunderbolt 3, que permite conectar hasta 10 dispositivos al mismo tiempo a través de puertos que incluyen Thunderbolt 3 (soportando DisplayPort 1.2, USB 3.1 Gen 2 y PCIe), cuatro USB 3.0, RJ-45, VGA, combo audio y dos DisplayPorts adicionales.

Workstation para creatividad y aprendizaje

El pasado mes de enero, HP Inc. anunciaba en Londres Sprout Pro by HP, que, tal y como señalaba Gus Schmedlen, vicepresidente de Educación de HP Inc, "transforma el espacio del escritorio del aula en un espacio de trabajo digital y físico que permite a los profesores inspirar de una manera más natural, intuitiva y creativa a sus alumnos".

HP Zvr Virtual Reality Display

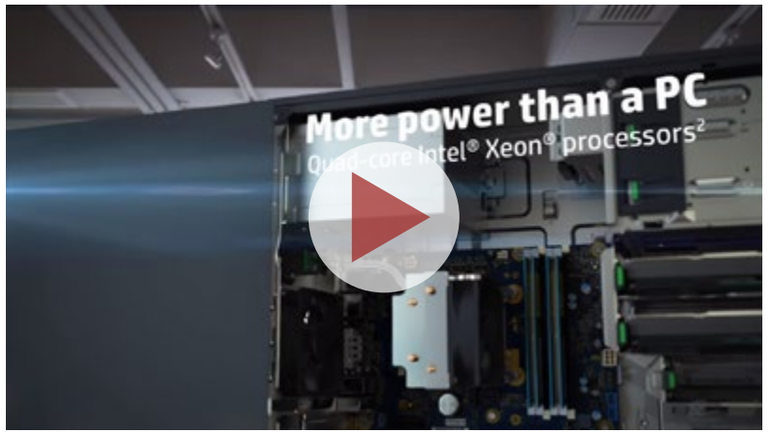
Clicar para ver el vídeo

Pensado para empresas creativas, Sprout Pro by HP se basa en el original todo-en-uno de Sprout y su ecosistema, al que se le han realizado mejoras de software y hardware. Así, Sprout transforma la superficie del escritorio en un espacio de trabajo físico-digital e incorpora nuevas funcionalidades como: Sprout Companion for Skype for Business, que permite un nuevo nivel en cuanto a la forma de compartir y colaborar en remoto, incluyendo la capacidad de compartir una captura de Sprout en 2D durante una reunión de Skype, así como anotar fácilmente en la pizarra de Skype utilizando el bolígrafo y la alfombrilla de Sprout; HP External Display Mixer, que permite a los usuarios

Las workstations basan su diseño en las demandas de las aplicaciones de los usuarios, normalmente más exigentes que las aplicaciones de uso cotidiano en PC y portátiles

compartir lo que está en la pantalla dual de Sprout, un vídeo desde la webcam o desde la cámara que enfoca hacia abajo; HP Scan, que proporciona un mayor escaneo de documentos a nivel profesional y reconocimiento óptico de caracteres con funcionalidades como resolución personalizada, exposiciones, color o escala de grises, así como escanear destinos para los resultados de nivel profesional; o HP Magnifier, que reemplaza una cámara de documentos y permite a los usuarios compartir objetos físicos o documentos en directo con una audiencia, incluyendo la realización de zoom y capturas.

Internamente, este dispositivo se apoya en el sistema operativo Microsoft Windows 10 Professional, la nueva generación de procesadores Intel Core i7 con memoria DDR4 otorga un mayor procesamiento adicional y rendimiento de gráficos integrados, y Trusted Platform Module, para mejorar la seguridad.



HP Z Desktop Workstations

Clicar para ver el vídeo

HP Inc. exhibe su primera workstation All-in-One

Con la nueva workstation HP Z1 G3, tercera generación de la workstation HP Z1, HP Inc. combina dos mundos: el rendimiento y fiabilidad de las estaciones de trabajo y el diseño de los sistemas todo en uno.

Se trata de una workstation que es un 47 por ciento más pequeña, 51 por ciento más ligera y 21 por ciento más económica que la generación anterior, y que cuenta con una pantalla de 23,6 pulgadas antireflectante UHD 4K para lograr la máxima claridad visual cuando se está trabajando en proyectos con muchos gráficos. A nivel de procesador, cuenta con las opciones que ofrece Intel Xeon de cuatro núcleos; memoria de 64 GB ECC 4,5 con o sin conexión de errores ECC; gráficos NVIDIA Quadro; dual PCIe HP Z Turbo Drives a los que se pueden añadir dos SSD SATA de 2,5 pulgadas o HDD adicionales, múltiples puertos, incluyendo acceso lateral dual Thunderbolt 3 con USB 3.1, puerto de carga USB, lector de tarjetas multimedia y DisplayPort, entre otros; y el nuevo receptor HP RGS para Mac, que mejora la integración para los clientes de estaciones de trabajo.

Enlaces relacionados

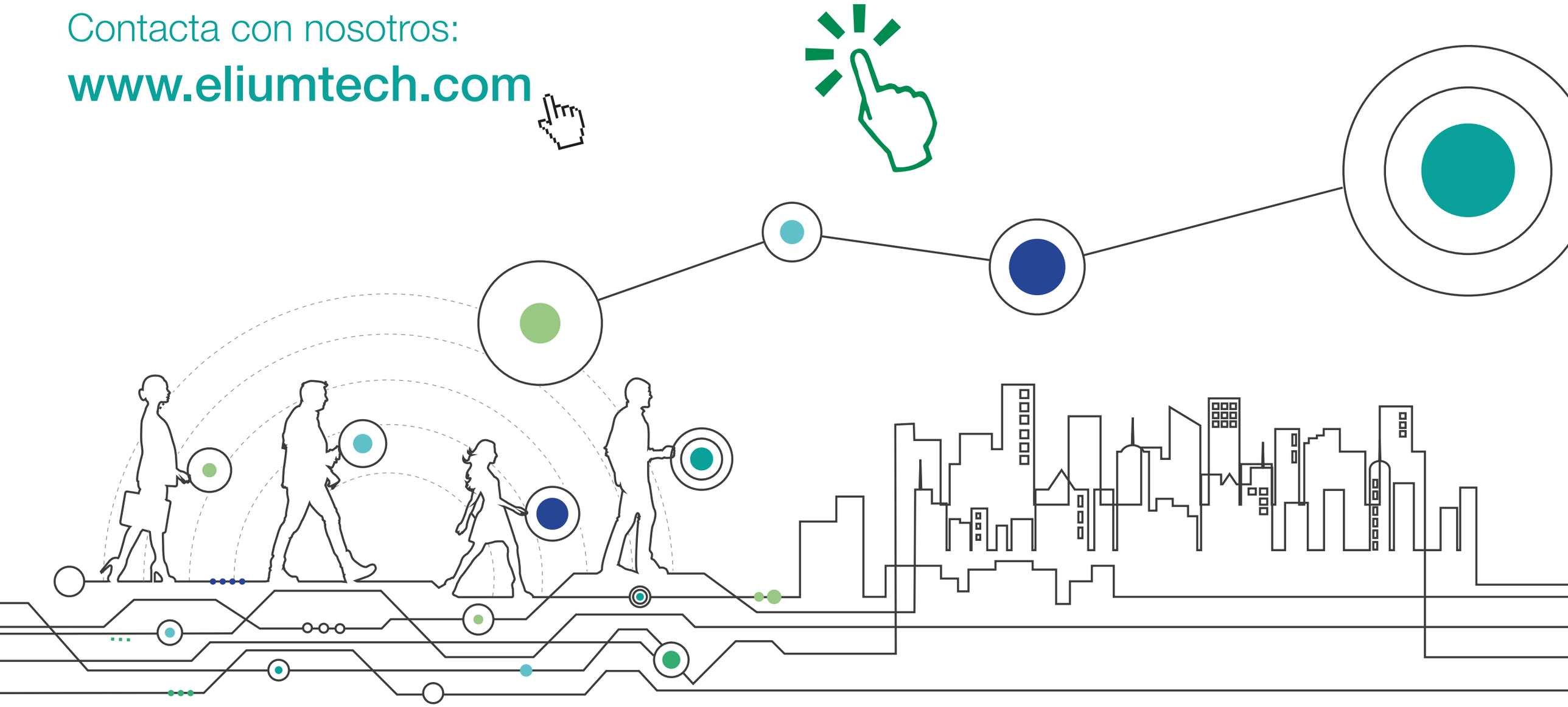
- Descubra las ventajas de las estaciones de trabajo
- La fiabilidad de las estaciones de trabajo

¿Quieres implantar tecnologías como:
Cloud, Hiperconvergencia, Big Data, SDN...?
Déjanos ayudarte.

ELIUM
ADVANCED TECHNOLOGY EDUCATION

Contacta con nosotros:

www.eliumtech.com



DIME Y LO OLVIDO. ENSÉÑAME Y LO RECUERDO. INVOLÚCRAME Y LO APRENDO.

BENJAMIN FRANKLIN

DES 2016:

la gran cita de la Transformación Digital

DIGITAL ENTERPRISE SHOW

Digital Enterprise Show 2016 quiere convertir Madrid en "la capital mundial de la Transformación Digital"

Que la tecnología ha cambiado el mundo de los negocios es algo que a nadie se le escapa. Eficiencia, eficacia, productividad… son términos que se asocian a la integración de la tecnología en el negocio, pero la verdadera transformación ha llegado con la readaptación de los procesos en base a esta tecnología, que es lo que ha venido a llamarse Transformación Digital, y que será el centro de Digital Enterprise Show 2016, un evento que traerá a Madrid, del 24 al 26 de mayo, las claves de esta verdadera revolución, y que quiere convertir Madrid en la capital mundial de la Transformación Digital.

Toda empresa se enfrenta actualmente a múltiples desafíos y oportunidades provocados por la revolución tecnológica y digital. Sectores tan dispares como la industria, la agricultura, la sanidad, la banca, el retail o el turismo se ven afectados por tan masiva tendencia. Como consecuencia, y a través de la innovación, surgen nuevos modelos de negocio.

La transformación digital se convierte en un camino que toda empresa que quiera sobrevivir hoy en día debe seguir.

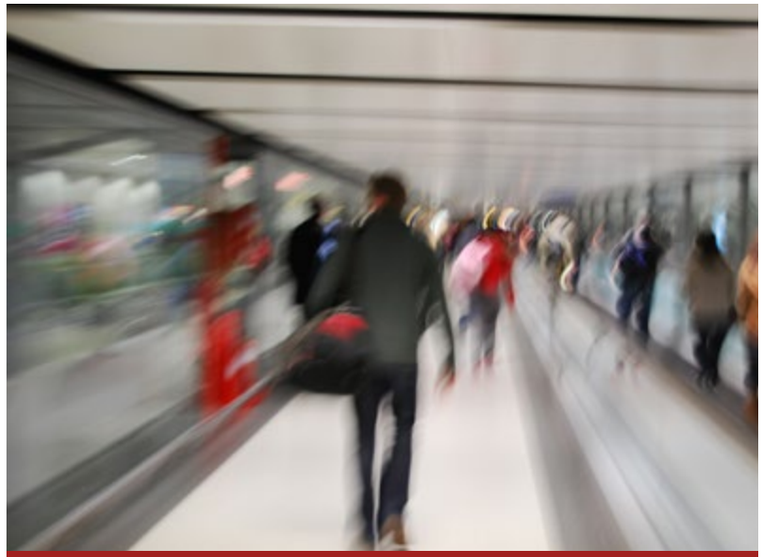
Miles de soluciones tecnológicas aparecen cada día respondiendo necesidades de PYME y grandes corporaciones de todo tipo de industria. La Unión Europea dentro de sus planes de crecimiento para 2020 ha incluido un programa de impulso tecnológico para mejorar la

competitividad de sus empresas, creando la "Agenda Digital" como un plan de aceleración para crear plataformas unificadas para todos los países en términos de TI.

Por un lado, la velocidad con la que la tecnología se ha democratizado en los hogares no se ha visto reflejada en las empresas. Nuevos modelos de negocio surgen gracias a startups o empresas con base tecnológica y han irrumpido ganando importantes cuotas de mercado a empresas con modelos tradicionales.

De esta manera se ha puesto en el foco de la estrategia a los departamentos de IT, que deben acometer una transición en sus actuales modelos de gestión de antiguos y costosas aplicaciones e infraestructuras para convertirse en auténticos catalizadores de la innovación. El principal objetivo es el de ofrecer plataformas de soluciones para las distintas áreas de negocio no sólo para mejorar la competitividad de su empresa sino también para impulsar la transformación, garantizando agilidad y seguridad.

En paralelo, los CMO exigidos por un consumidor cada vez más nativo digitalmente y cambiante ya están implementando estrategias de marketing digital para mimetizar la velocidad del mercado actual y no quedarse atrás.



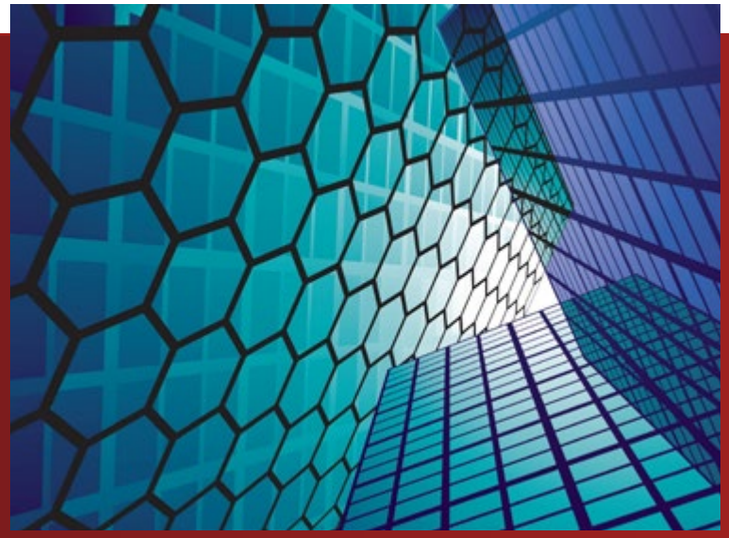
Digital Enterprise Show es una cita con carácter internacional que busca "convertir Madrid en la capital mundial de la empresa digital"

DES 2016: las claves de la Transformación Digital Clicar para ver el vídeo

Precisamente por todo esto, Digital Enterprise Show 2016 convoca en Madrid los días 24, 25 y 26 de mayo a los diferentes perfiles directivos de las empresas para presentar de la mano de empresas tecnológicas los productos y soluciones más innovadores y las competencias necesarias para ayudar tanto a las grandes corporaciones como a las PYME europeas a sumarse a

APOYO INSTITUCIONAL

Digital Enterprise Show cuenta con el apoyo de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid para que juntos logren "convertir Madrid en la capital mundial de la empresa digital". Además, DES2016 cuenta también con el apoyo de las oficinas comerciales del ICEX para promocionar este evento con un doble objetivo: atraer a las grandes compañías tecnológicas que buscan incrementar sus ventas en el mercado europeo y ayudar al sector tecnológico español a exportar su negocio y expandirse internacionalmente.



la Transformación Digital. Y todo esto con el objetivo de convertirse en una auténtica plataforma global para poder conocer, experimentar, aprender, comparar y comprar las soluciones más punteras.

Para ello, ha preparado una serie de contenidos que se apoyaran en seis pilares tecnológicos: cloud, porque no podemos olvidar que el gasto europeo en servicios cloud previsto para 2020 roza los 60.000 millones de euros; Internet de las Cosas, con 25.000 cosas conectadas también para ese año; social, que se espera que para entonces alcancen los 5.000 millones de usuarios; ciberseguridad, una preocupación para el 70% de los CEO; Big Data, con crecimientos anuales esperados del 40%; y movilidad, que podría triplicar su volumen en 2018. Junto con esto, la fuerza laboral, dado que, según las estimaciones, se necesitarán en 2020 215.000 profesionales digitales, el 70% de ellos para el entorno de la pequeña y mediana empresa.

Estos pilares tecnológicos impactan en cuatro áreas de negocio: networks, conectividad, transformación digital y aceleradores de negocio.

Pero, ¿qué elementos conforman la oferta de contenidos de esta cita? Son varios los elementos que se unen para completar una propuesta global para diferentes tipos de visitantes. De hecho, se esperan unos 18.000 asistentes, unas 7.000 pequeñas y medianas empresas, más de 220 expositores, más de 900 innovaciones presentadas, y más de 450 portavoces nacionales e internacionales.

"Hemos querido hacer de Digital Enterprise Show un evento con un enfoque holístico, presentando la tecnología como un elemento facilitador en el que aspectos como la gestión del cambio o la gestión del talento juegan un papel igual de importante"

Lluís Altés, director estratégico del programa

Conferencias con más de 450 ponentes nacionales e internacionales

Más de 300 ponentes internacionales compartirán en Madrid su visión estratégica sobre la Transformación Digital, el liderazgo y la innovación empresarial en Masterminds Congress, que se celebra en el marco de Digital Enterprise Show.

Tal y como ha señalado Lluís Altés, director estratégico del programa, "hemos querido hacer de Digital Enterprise Show un evento con un enfoque holístico, presentando la tecnología como un elemento facilitador en el que aspectos como la gestión del cambio o la gestión del talento juegan un papel igual de importante, ya que las personas son la clave para triunfar en la transformación digital. El panel de ponentes que integran esta primera edición de Digital Enterprise Show

Más de 450 ponentes internacionales compartirán en Madrid su visión estratégica sobre la Transformación Digital, el liderazgo y la innovación empresarial en Masterminds Congress

Madrid incluye a los principales expertos internacionales que aportarán una visión estratégica sobre la transformación e innovación digital a los asistentes".

Para las Digital Titan Keynotes, sesiones lideradas por "titanes" de la transformación digital, que ofrecerán "charlas inspiradoras sobre los pilares de esta transformación y su aplicación en las diferentes áreas de negocio", ya han confirmado su presencia ponentes tales como Brian Solis, analista americano creador del concepto "Darwinismo digital"; Sydney Finkelstein, especialista en gestión y liderazgo; Nigel Fenwick, vicepresidente y analista de Forrester, experto en estrategia y negocios digitales, que ofrecerá a los ejecutivos las claves sobre qué significa ser una empresa digital; Albert László Barabási, físico húngaro experto en redes, cuya principal contribución ha sido la introducción del concepto de redes libres de escala y la propuesta de un modelo para explicar la emergencia natural de éstas en sistemas naturales, tecnológicos y sociales; Jesús Mantas, general manager, Consulting and Global Process Services de IBM; Peter Gleisner, vice president Sales & Marketing Group, director European Union Region de Intel; y Héctor Ibarra, group director en Fjord y experto en diseño e innovación aplicado a experiencia de cliente.

Las Supersession, que integran el programa del congreso estarán lideradas por figuras de primer nivel del mundo digital "que guiarán un encuentro con algunas de las empresas más punteras que destacan por sus esfuerzos en transformación e innovación digital". Algunos de los expertos que estarán presentes en estas sesiones son Michael Krigsman, analista y asesor estratégico que ayudará a los CIO a entender la gran oportunidad que la Transformación Digital supone para aquellos que sepan alinear la transformación tecnológica con los objetivos de negocio; Theo Priestley, estratega y evangelizador tecnológico, experto en nuevos modelos de negocio basados en los datos; Daniel Newman, estratega en Transformación Digital y experto en marketing y Customer Engagement; Ravi Mattu, editor del Financial Times, que ofrecerá una sesión dedicada a la rentabilidad dentro de la ecuación de la Transformación Digital.

El programa del Congreso se completa, además de con el Masterminds Congress con siete foros paralelos que ofrecerán una agenda propia y personalizada a cada uno de los perfiles directivos asistentes al evento.

CIO Summit es un espacio centrado en los retos a los que se enfrentan los directores de TI para convertirse en pieza clave de la Transformación Digital en sus organizaciones. Digital Marketing Planet es un foro dirigido a todos los departamentos de marketing donde se com-

Los números del Digital Enterprise Show 2016

Digital Enterprise Show 2016 puede resumirse en una serie de números:

- Más de 18.000 asistentes esperados, con significativa presencia de CEO, presidentes y directores de compañías.
- CIO, CDO, CMO y otros directores de áreas clave en la Transformación Digital de las empresas, así como otros departamentos con un interés destacado en esta transformación, como Recursos Humanos, departamento financiero, operaciones, atención al cliente…
- Más de 200 compañías exhibidoras.
- Más de 900 innovaciones presentadas.
- Más de 450 ponentes.
- 200 inversores.
- 30 instituciones gubernamentales.
- Casi 20 sectores de la demanda representados, entre los que destacan el manufacturero, energía y servicios, salud y farmacéutico, automoción, retail, transporte y logística, finanzas y seguros, y telecomunicaciones, entre otros.

Se esperan unos 18.000 asistentes, unas 7.000 pequeñas y medianas empresas, más de 220 expositores, más de 900 innovaciones presentadas, y más de 450 portavoces nacionales e internacionales

partirán temas estratégicos de la empresa digital como el marketing multicanal, el diseño de experiencias de cliente, o analytics, entre otros. Leadership Summit es una cita dónde los líderes empresariales y políticos, presidentes y CEO', se reunirán con el Comisario Europeo de Economía y Sociedad Digital, con el objetivo de impulsar un mercado digital único europeo, e impulsar la transformación digital de las empresas europeas. HR Summit es un espacio y un programa de conferencias dirigido a los responsables de Recursos Humanos en el que descubrirán cómo su departamento es la clave para el éxito de la Transformación Digital y las herramientas para llevar a cabo el cambio cultural en sus organizaciones. Cybersecurity Forum es una jornada dedicada a la ciberseguridad como factor crítico de la Transformación Digital. Women Leadership on Digital Transformation, una cita para impulsar el liderazgo de la mujer en el sector tecnológico con los testimonios de las principales mujeres que están liderando la transformación digital en Europa. Por último, Open Innovation Marketplace, una plataforma para que grandes corporaciones e innovadoras start-ups puedan ponerse en contacto para compartir información y cubrir necesidades mutuamente. Un espacio "para transferir innovación y disrupción tecnológica para cada industria".

Enlaces relacionados

- Toda la información de Digital Enterprise Show
- Qué podremos encontrar en Masterminds Congress
- Descubra los diferentes ponentes de DES 2016

Almacenamiento NAS

Synology®

Tras un último trimestre de 2015 donde duplico sus cifras frente al año anterior, Synology aspira a seguir incrementando el ritmo de crecimiento

Synology apuesta por el almacenamiento NAS para seguir creciendo en España

Independientemente de si se trata de un usuario doméstico, de un profesional o de una empresa, el almacenamiento es una de las prioridades ineludibles cuando hablamos de adquisición de tecnología. Y es que da lo mismo que se trate de las fotos de las últimas vacaciones o los informes de las compras de los clientes del mes pasado, lo cierto es que nadie quiere perder sus datos, su información, ya sea por cuestiones sentimentales o monetarias.

Por este motivo, el almacenamiento ha sido uno de los segmentos de negocio que mejor ha capeado el temporal de la crisis. Pero no se trata solo de guardar, o de almacenar. Cuando esta cantidad de información archivada se multiplica de forma exponencial, llega un punto en el que la gestión de este almacenamiento es más necesaria, si cabe, que la propia conservación. Por ello, las empresas de almacenamiento no solo ofrecen entre sus soluciones las referidas a la conservación de los datos, sino que incluyen otras para gestionarlos una vez almacenados, permitiendo, además de conservar la información, poder acceder a ella en cualquier momento.

A nivel tecnológico, la propuesta de Synology pasa por proporcionar una administración de datos flexible, porque es uno de los principales problemas a los que se enfrentan los usuarios

Almacenamiento flexible y gestionable

Una de estas empresas es Synology, que nació en el año 2000 con el objetivo, como explican desde la propia compañía, de "desarrollar servidores NAS de alto rendimiento, fiables, versátiles y respetuosos con el medio ambiente. Nuestro objetivo consiste en ofrecer soluciones rápidas y rentables, proporcionar un sólido servicio de atención al cliente y, en último lugar, garantizar una gran versatilidad de opciones para empresas y particulares".

Pero, ¿qué proponen para conseguir esto? Desde la compañía nos explican que Synology "ofrece una forma fiable y asequible de centralizar el almacenamiento de datos; simplificar la copia de seguridad de estos; compartir y sincronizar archivos en distintas plataformas; y acceder a ellos cuando esté de viaje. Los 5 constituyen la base de los valores fundamentales de Synology, que se hacen realidad en nuestros productos, en nuestras características y en la dirección que seguimos".

Así, en Synology apuestan por "un almacenamiento eficiente, unificado y accesible; una sincronización continua y actualizada; el uso compartido de los datos que son accesibles desde una única ubicación; una seguridad eficaz y sencilla de implementar; y un servicio que ofrezca asistencia profesional a cualquier cliente que lo necesite".

A nivel tecnológico, la propuesta de Synology pasa por proporcionar una administración de datos flexible, porque es uno de los principales problemas a los que

Comparta datos donde quiera que esté

Clicar para ver el vídeo

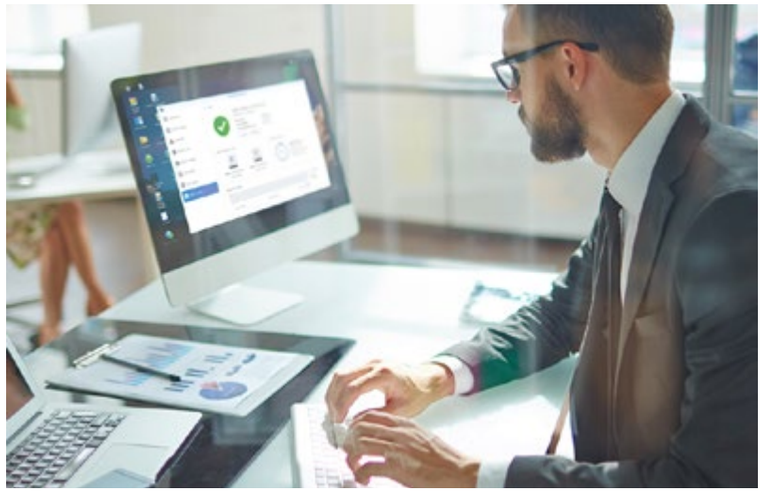
se enfrentan los usuarios. Estos, tanto los particulares como las empresas, deben encontrar modos de aprovechar su creciente cantidad de datos y usarlos de forma adecuada. Synology propone soluciones NAS que ofrezcan una administración de datos eficiente y sencilla. Las soluciones NAS de Synology incluyen completas líneas de productos de hardware de almacenamiento, el sistema operativo del software, y una amplia gama de servicios y aplicaciones.

Bases tecnológicas

Synology convierte un servidor NAS en algo más que un servidor de archivos. La firma combina la accesibilidad de la nube pública con la seguridad que ofrece la nube privada para crear una solución de nube híbrida con una plataforma basada en web. Esta plataforma basada en web hace que el servidor NAS deje de ser un servidor de archivos para convertirse en un dispositivo multifunción adecuado para diferentes fines.

Alguno de los aspectos que destaca la propia compañía es el escritorio web, que ofrece una administración con capacidad multitarea y una serie de herramientas de escritorio; instalación web, sin discos, que se puede realizar en cualquier dispositivo informático o móvil; Synology Hybrid RAID (SHR), una herramienta de optimización de almacenamiento fácil de gestionar; o Synology High Availability (SHA), que permite crear un clúster de conmutación por error para mantener en funcionamiento las tareas críticas sin interrumpir la actividad de la empresa.

A nivel de hardware, Synology ofrece servidores NAS con refrigeración pasiva de la CPU y diseño de conmutación por error del ventilador del sistema, lo que contribuye a ampliar el tiempo de actividad del mismo; la eficiencia del flujo de aire se ha mejorado para reducir el consumo energético, aumentar la estabilidad del servidor y disminuir el nivel de ruido del ventilador; se apuesta por un diseño escalable que ofrece una gestión eficiente en una estructura de sistema unificada y una gestión de energía inteligente, con un ahorro de más del 90% del consumo energético en el modo de hibernación del sistema y reanudación rápida en caso necesario.



A nivel de software, los servidores NAS de doble LAN de Synology son totalmente compatibles con VMware, Citrix y Microsoft Hyper-V. Además, Synology ofrece compatibilidad con VMware vSphere 5 y VAAI, incluyendo Microsoft Windows Server 2012, y cuenta con una gama completa de compatibilidad en virtualización, que ayuda a las empresas a desarrollar una solución flexible y eficiente.

Una propuesta comercial que se apoya en el canal de distribución

Así, aprovechando las últimas tecnologías, Synology tiene como objetivo ayudar a los usuarios a centralizar el almacenamiento de datos y las copias de seguridad, compartir archivos sobre la marcha, e implementar soluciones de vigilancia profesional de forma fiable y asequible. Synology, asimismo, ofrece al mercado soluciones de almacenamiento conectado en red y vigilancia IP que transforman la forma en que los usuarios administran los datos y llevan a cabo la vigilancia en la era de nube. El objetivo de Synology es ofrecer productos con funcionalidades preparadas para el futuro y el mejor servicio de atención al cliente.

Todo esto se complementa con una política comercial basada en el desarrollo del canal de distribución.

Synology combina la accesibilidad de la nube pública con la seguridad que ofrece la nube privada para crear una solución de nube híbrida con una plataforma basada en web

En este sentido, desde la compañía señalan que "sabemos la importancia que tiene el canal en este ámbito y, en especial, para poder llegar a todos aquellos usuarios a los que nuestras soluciones podrían transformar su vida y la de su empresa".

Comercialmente, la propuesta de Synology se basa en la personalización de las soluciones. Así, tal y como nos comentan, "Synology lidera el mercado de soluciones NAS en España y esto se debe a una diversidad de usuarios y empresas. Nuestras soluciones NAS son altamente personalizables y podremos adaptarlas a las necesidades de nuestra empresa en concreto, teniendo siempre disponibles una gran multitud de aplicaciones que nos ayudarán a desarrollar nuestro negocio de la manera más fácil, eficaz y con el menor coste posible. En los tres primeros trimestres de 2015 conocimos un crecimiento del 53% y, como cada año, en el cuarto trimestre, duplicamos las ventas del resto del año. No hemos parado de experimentar unos crecimientos excelentes desde que hemos empezado a comercializar nuestros productos en España, desde hace varios años. Sin duda alguna, esto lo conseguimos gracias a la estrategia de canal".

"No hemos parado de experimentar unos crecimientos excelentes desde que hemos empezado a comercializar nuestros productos en España, ya hace varios años. Sin duda alguna, esto lo conseguimos gracias a la estrategia de canal"

Pensando en el año 2016, el objetivo que se plantea la compañía es crecer más, porque para Synology "el mercado español tiene, sin duda alguna, mucho potencial". Para ello, desde finales del pasado ejercicio, tras su primera rueda de prensa en España, han ido realizando eventos con distribuidores, en los que les han presentado "el nuevo router, RT1900ac, así como la nueva versión del DiskStation Manager (DSM) 6.0, con múltiples mejoras, nuevas funcionalidades y aun mayor estabilidad. Por último, uno de los puntos que también tratamos es una tendencia de la que Synology no puede prescindir, la virtualización. Ahora, DSM ofrecerá la posibilidad de acceder con Docker DSM, lo que nos permite tener dos sistemas de virtualización dentro de nuestro servidor NAS".

Reconocimientos de terceros

Synology encabezó recientemente la décima encuesta sobre los Premios de Calidad a dispositivos de almacenamiento NAS llevada a cabo por TechTarget recibiendo la mayor puntuación general.

En palabras de Mike Chen, director de ventas de Synology, "nuestra estrategia consiste en ofrecer a las empresas una solución de almacenamiento avanzada, altamente integrada, fiable e intuitiva. Nuestro objetivo es que nuestros productos sean utilizados por el mayor número de usuarios posible. Estamos contentos por haber alcanzado dicha posición, en un mercado tan competitivo. Continuaremos esforzándonos para mejorar la satisfacción de nuestros clientes".

Los participantes de la encuesta utilizaban modelos RackStation de la serie XS / XS+ o de la serie Plus. Synology obtuvo sus calificaciones más altas en las categorías de características del producto (6,31) y especialmente en la calidad inicial del producto (6,57), "el proveedor especializado en PYME ha obtenido una nota media de 6,57 al acumular las más altas calificaciones para cada afirmación", señala el informe.

Enlaces relacionados

- Informe de TechTarget.
- Descubre Synology.
- El blog de Synology.

Tecnología para tu Empresa

Encuentra en el nuevo centro de recursos de IT User las últimas propuestas tecnológicas para hacer que tu empresa funcione.

- Transformación digital
- Estrategias
- Productividad
- Seguridad
- Documentación
- Vídeos
- Casos de éxito

>> tecnologiaparatuempresa.ituser.es

Patrocinado por: Hewlett Packard Enterprise, intel

Algunos de los documentos que podrás leer son:

>> Reinventar la empresa en la era digital

>> Cómo habilitar a las pymes para captar y conservar clientes en el mundo digital

>> Informe de ciber riesgos 2016

>> Prácticas recomendadas para reducir costes simplificando la gestión de TI

Cloud 2.0: retos y oportunidades de una nueva forma de hacer negocios

Después de las primeras incursiones en el uso de la nube, muchas empresas están cambiando sus estrategias e incluso cambian sus activos de una nube a otra, de las públicas a las nubes privadas e incluso de nuevo a la nube pública o volviendo a instalaciones on-premise. Por eso, se habla ya de la segunda oleada de la informática en nube.

El quinto informe de CompTIA sobre tendencias anuales de la informática en la nube sentencia que el 44 por ciento de las empresas han movido la infraestructura o las aplicaciones de una nube pública a otra. Un 25 por ciento de las empresas se ha movido de una nube pública a una nube privada; y un 24 por ciento se ha ido de la nube pública a sus instalaciones on-premise en el último año.

¿Qué está impulsando esta segunda ola de la computación en nube? Por un lado, cabe señalar que una cantidad significativa del uso de la nube pública que se ha hecho en los últimos años no tenía la supervisión y aprobación del departamento de TI (por ejemplo, en el uso de diferentes opciones de almacenamiento de archivos). En la medida en que las empresas están desarrollando sus estrategias oficiales sobre el uso de la nube, en muchas ocasiones se deja a un lado el proveedor elegido inicialmente por una línea de negocio o un individuo o grupo para pasar a una nube pública o privada diferente. O incluso para volver a utilizar los recursos existentes en la empresa.

Sin embargo, no es menos cierto que uno de los últimos informes de IDC asegura que la informática

Webinar Informe Penteo 2015 Highway to Cloud

Clicar para ver el vídeo

en la nube le está ganando el terreno a los sistemas heredados en las empresas. Según sus datos, el gasto en infraestructura en nube pública y privada (que incluye servidores, almacenamiento y conmutación Ethernet) creció un 21,9% en 2015 para ser una industria de 29.000 millones de dólares. La tecnología de nube supone casi un tercio (32%) de todas las ventas de infraestructura de TI. Las previsiones de IDC, además, señalan que la infraestructura de la nube seguirá comiendo el gasto en tecnología no nube para convertirse en un mercado de 38.200 millones de dólares este año.

Punto de partida

Puede decirse, pues, que la nube ya forma parte de nuestra rutina y de nuestro día a día, aunque su grado de adopción depende de muchos factores. Genaro Escudero, EMEA Principal Consultant Dell Services, considera que "prácticamente todos somos usuarios de servicios Cloud en el ámbito personal" (correo electrónico, almacenamiento, música, películas…) mientras que "en la empresa el debate continúa". Una opinión compartida por Isaac Hernández, country manager de Google for Work para España y Portugal, quien manifiesta que

"Las leyes europeas están orientadas a proteger los datos de los ciudadanos de la Comunidad. El problema radica en encontrar el equilibrio entre seguridad, usabilidad y coste"

Genaro Escudero, EMEA Principal Consultant Dell Services

"Las fronteras entre Infraestructura como Servicio y Plataforma como Servicio serán cada vez más difusas"

Isaac Hernández, country manager de Google for Work para España y Portugal

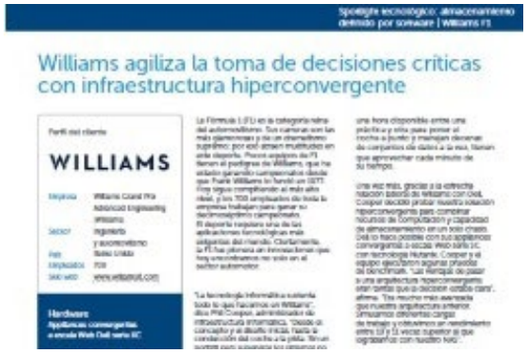
la mayor parte de las empresas "siguen trabajando con servidores locales, desplegando software en sus dispositivos y almacenando la información en discos duros locales o de red. En el mundo empresarial estamos todavía en las primeras fases de la adopción de soluciones en la nube. En los próximos años se producirá una migración masiva a la nube".

Diego Cabezudo, CEO de Gigas, entiende que el mercado "ya ha asimilado las enormes ventajas tanto de ahorro de costes como de flexibilidad y seguridad de las infraestructuras en la nube" por lo que "la migración de empresas a la nube continúa acelerándose". Este responsable remarca no solo que el cloud ha cambiado radicalmente la relación que existe entre la tecnología y el usuario, sino que "la adopción del entorno cloud permite una escalabilidad adaptable a

it whitepapers

CASO DE ÉXITO: WILLIAMS AGILIZA LA TOMA DE DECISIONES CON INFRAESTRUCTURA HIPERCONVERGENTE

Los ingenieros de Williams necesitaban tener acceso rápido a los datos para tomar decisiones críticas, pero la infraestructura de almacenamiento del equipo no contaba con la velocidad suficiente para lidiar con conjuntos de datos cada vez más grandes. Lee en este documento cómo solucionó el equipo de F1 esta necesidad gracias a los appliances hiperconvergentes de Dell.



Concentración de proveedores, otra tendencia al alza

La concentración de proveedores de soluciones no es algo exclusivo del entorno cloud, sino que se replica en todos los sectores de actividad. El responsable de IBM considera que el mercado de Cloud está pasando "de la cantidad a la calidad, mediante un proceso de concentración bastante rápido" y recuerda que Gartner espera que este año desaparezca uno de cada cuatro proveedores de Cloud.

Por eso, no es de extrañar que David Ayllón esté convencido de que los proveedores de infraestructuras "se asociarán en el marco de un proceso de consolidación y optimización de su forma de funcionamiento, como hemos podido constatar en el caso de los distribuidores o revendedores de material informático. Los retos planteados por la regulación y las certificaciones también contribuirán a este proceso. Por otro lado, la concentración de la oferta IaaS entre estos actores favorecerá el desarrollo de un amplio ecosistema de start-ups, que podrán utilizar dicha concentración para generar valor más allá de los recursos estándares desplegados masivamente en las empresas".

Como explica el consultor de Dell, en algunos casos esta concentración se debe a un tema de fuerza y capacidad. "Siguiendo nuestra analogía de autobuses (como servicio "Cloud" de transporte), el precio de un billete puede ser muy reducido para los pasajeros, mientras que la inversión en los vehículos (autobuses) es elevada y sólo se la pueden permitir algunas empresas. ¡Imagínese la inversión si hablamos de una compañía de aviones! Lo mismo ocurre con la Cloud. Dar un servicio de almacenamiento o infraestructura desde la Cloud requiere una inversión muy importante por parte del proveedor. En este juego vemos a los más grandes. Sin embargo, existe un nicho para los que quieran ofrecer las ventajas de la Cloud pero de manera más personalizada y con garantías que no pueden ofrecer las más grandes (por ejemplo la localización de los datos)".

Es decir, que tal y como subraya T-Systemas, hay muchos proveedores en el mercado y "dependiendo de los ritmos de adaptación y de las diferentes ofertas de valor no es descartable que los más pequeños apuesten por la concentración. En todo caso es algo que no nos afecta a lo grande".

"Cada vez son más las empresas que asumen que la infraestructura es un recurso indispensable que no requiere de inversiones y recursos in-house"

Diego Cabezudo, CEO de Gigas

cada negocio y estructura, una arquitectura habilitada tecnológicamente para cada oportunidad y que busca esa eficiencia necesaria en cada compañía, una flexibilidad sin tener que provisionar equipos, así como la agilidad necesaria y la integración tecnológica de todos los canales empleados".

Pero, quizá por eso de que en muchas ocasiones la nube ha entrado sin la supervisión de los responsables de sistemas, Antonio Rodríguez, Cloud Sales Manager de IBM España, Portugal, Grecia e Israel, certifica que

“El mayor reto de las empresas será el desarrollo de nuevas aplicaciones “componiendo” soluciones de múltiples nubes a través de API distribuidas”

Antonio Rodríguez, Cloud Sales Manager de IBM España, Portugal, Grecia e Israel

la informática en la nube ya es una tecnología madura. “Todas las empresas pequeñas o grandes tienen o tendrán en breve una parte o toda su informática en la nube. La implementación es muy sencilla por lo que el reto actual consiste en ponerse manos a la obra”.

Es más, el cloud “está asumido ya por una amplísima mayoría de empresas”, según Ferrán Serrano Miserachs, Corporate Marketing & Communication Director at T-Systems Iberia, quien cita un informe en el que se señala que el 97% de las empresas confía en la nube para entregan alguna parte de su tecnología. Es decir, “las soluciones en la nube forman ya parte del día a día de la realidad empresarial en nuestro país. Pese a que el nivel de adopción en España es todavía algo menor que en otros países europeos, estamos ya en un punto sin retorno. La nube es el futuro”.

Respecto a qué servicio o producto en la nube más demandan las empresas en esta nueva etapa, lo cierto es que la respuesta puede variar. “El mass market ya está familiarizado con el cloud storage, tal y como demuestran las múltiples ofertas y los diversos agentes que operan en este sector”, declara David Ayllón, Director de Ventas y Marketing en OVH. En el marco de las soluciones cloud para empresas y DevOps, “el IaaS (Infrastructure as a Service) es, sin duda alguna, el servicio más solicitado”.

Hablando de almacenamiento, Javier Martínez, Director Técnico de NetApp Iberia, considera que cada vez se demandará más que las aplicaciones empresariales estén siempre disponibles, “la transición de aplicaciones anteriores a aplicaciones mucho más ágiles propiciada por estas «megatendencias» tecnológicas —junto con la aparición de tecnologías de almacenamiento como flash, la virtualización, la infraestructura convergente y el almacenamiento basado en cloud— viene obligando a los ejecutivos tecnológicos y empresariales a cambiar su forma de abordar el almacenamiento de datos”, generándose, en su opinión, una clara necesidad de tecnologías y arquitecturas de almacenamiento capaces de satisfacer los requisitos de tiempo activo.

Según el mencionado informe de Penteo, en España solo el 10% del total de las empresas son totalmente cloud y menos del 19% tienen una estrategia clara en este campo. “El Informe Penteo 2015, la referencia del sector, destaca también que el 73% de ellas trabaja con más de un proveedor de este tipo de servicios. Es decir, que de ese 97% que utiliza la nube todavía hay una gran parte que utiliza servidores de correo o algún tipo de almacenamiento. La tendencia apunta a un mayor uso de software e infraestructuras en la nube, bajo el modelo de pago por uso, pero es el almacenamiento lo que ahora mismo se entrega en mayor medida a la nube”, remarca el responsable de T-Systems.

La legalidad de la seguridad

Las empresas, pues, ya conocen qué es y qué significa el cloud computing. Sin embargo, lo cierto es que siempre ha existido una importante preocupación respecto a dónde residen los datos y la información corporativa cuando se confía en la nube como opción tecnológica, entre otras cuestiones porque siempre hay aspectos legales y regulatorios que hay que cumplir.

En este sentido, recientemente la Unión Europea ha anunciado la modificación y actualización de la nor-

“La cuarta revolución industrial trata de colocar la tecnología en el corazón de su estrategia de negocio para otorgarles ventajas frente a sus competidores”

Javier Martínez, Director Técnico de NetApp Iberia

mativa que regula el tratamiento de datos de carácter personal. Un marco legal que pretende armonizar las diferentes legislaciones europeas y garantizar tanto la posibilidad de hacer negocio con los datos como garantizar la privacidad de los usuarios particulares. Por tanto, era una de las regulaciones más esperadas por el sector tecnológico. “ La regulación europea está evolucionando para adaptarse a la realidad del mercado empresarial, y al cambio de paradigma que supone la Nube. Las nuevas iniciativas como Privacy Shield favorecerán la adopción de estas tecnologías, permitiendo que las empresas disfruten de las ventajas de este nuevo modelo de computación”, sentencia el responsable de Google.

Tal y como señala David Ayllón, desde OVH “creemos que es bueno contar con una normativa a nivel europeo que homogenice las diferentes leyes de cada estado de la Unión Europea y esté a la altura de las demandas de la sociedad en lo que a la tecnología cloud se refiere”.

La regulación europea y española es de las más desarrolladas para la protección, seguridad y privacidad de los datos en la nube y estas nuevas regulaciones pretenden adecuarse al imparable desarrollo de la tecnología. “La regulación ayuda a clarificar cómo han de ser utilizados los datos en la nube y contribuye a reducir la incertidumbre y dudas que los usuarios puedan tener. En última instancia, la normativa ayudará a que los miedos y el desconocimiento del funcionamiento de la nube dejen de ser unos de los mayores inhibidores de su adopción”, subraya Antonio Rodríguez, Cloud Sales Manager de IBM España, Portugal, Grecia e Israel.

En esta misma línea, Genaro Escudero, EMEA Principal Consultant Dell Services, explica que Internet ha cambiado nuestra percepción de fronteras, jurisdicciones e incluso de privacidad. Las leyes europeas están orientadas a proteger los datos de los ciudadanos de la Comunidad. El problema, según su visión, radica en

Cloud Computing Fundamentals

Clicar para ver el vídeo

encontrar el equilibrio entre seguridad, usabilidad y coste. “Algunas medidas pueden encarecer demasiado un servicio que ha nacido justamente para reducir costes” y expone un ejemplo con los autobuses de una ciudad. “Idealmente podríamos dotar a cada uno con un policía que velara por la seguridad de los pasajeros, a un inspector que controlara la perfecta conducción del chófer, etc. Qué duda cabe de los beneficios que reportaría en cuanto al servicio, sin embargo, lo encarecería tanto que muchas personas que necesitan este medio de transporte ya no podrían utilizarlo”.

Por eso, y tras calificarlo como un debate complejo, Escudero cree que, a la larga, “debe ser una decisión del dueño de la información. Las empresas deberían poder solicitar un servicio u otro, donde puedan elegir el lugar donde residen los datos, el nivel de seguridad, etc. Es difícil aún por los costes que lleva asociados para los proveedores (y aún más si sumamos las exigencias de los gobiernos al acceso a esos datos)”.

el ÉXITO empresarial está

en las PERSONAS

psicobusiness

Con aquella premisa:

Potencia a las Personas
Desarrolla a los directivos
Reduce los Conflictos

Diseña una organización maximizadora
Dispón de una estrategia y Modelo de Negocio eficaz
Planifica un Plan de Desarrollo de negocio efectivo

www.yesmanagement.es

yes.
¡hagámoslo realidad!

"El mercado de las empresas sigue necesitando ayuda en su masiva transición hacia el cloud"

David Ayllón, Director de Ventas y Marketing en OVH

Los retos nublos

Más allá de las cuestiones meramente legales, hay otros desafíos para las empresas a la hora de afrontar esta nueva etapa del desarrollo cloud. En base a la experiencia acumulada, el CEO de Gigas asegura que las compañías empiezan a tener claro que lo que necesitan es invertir en la tecnología que es fundamental para su negocio. "Tanto es así que muchos CIO y CTO ya se preguntaban si es necesario tener un equipo dedicado a la gestión de la infraestructura que asegure el nivel de servicio de un proveedor especializado, cuando lo que realmente reporta beneficios a sus compañías dista mucho de esto. Es decir, cada vez son más las empresas que asumen que la infraestructura es un recurso indispensable que no requiere de inversiones y recursos in-house, mientras que lo que realmente requiere el esfuerzo económico y humano es su core business".

Es decir, que el principal reto sería, según T-Systems, la optimización de los servicios para mejorar la productividad de la empresa. "La empresa necesita flexibilidad, adaptación, eficiencia, seguridad y confianza; y eso depende de cada proveedor y el nivel de transparencia ofrecido". Y, para ello, Isaac Hernández defiende que el reto principal de las empresas es "la planificación y priorización de las aplicaciones y proyectos que migrarán a la nube en primer lugar, y cuál será la arquitectura que adoptarán. Así mismo, las empresas tendrán que identificar quienes serán los proveedores tecnológicos que les acompañarán en ese proceso y la elección

History of Cloud Computing

Clicar para ver el vídeo

it whitepapers

6 FORMAS DE INCREMENTAR LA CALIDAD Y VELOCIDAD EN LA ENTREGA DE APLICACIONES

Facebook, Flickr, Twitter y Amazon han liderado la implantación de DevOps, pero otras han fallado porque no estaban dotadas de la correcta organización, cultura, y herramientas disponibles. Es el momento de evolucionar a DevOps 2.0, incrementando las aptitudes en ingeniería y asumiendo la responsabilidad del producto final.

REALIDADES, NO PROMESAS

"Cloud computing se encuentra en un punto de maduración: ya no es la eterna promesa, sino que se utiliza en muchas organizaciones en el día a día". Javier González Gosálbez, Presidente de EuroCloud España, remarca que no todo el trabajo esté ya hecho, pero sí que la adopción de esta tecnología es una realidad, y además, que no sólo decide el CIO, también el CEO, CMO o CSO que compran directamente soluciones SaaS, lo que facilita mucho la progresión de este tipo de tecnologías, sabiendo que las empresas deben enfrentarse al "único reto de entender que la nube es el único camino que existe a día de hoy para trabajar, y escoger buenos compañeros de viaje".

Según su opinión, la adopción es mucho más sencilla en la parte de Software as a Service. "Ya lo decían Forrester, Gartner o IDC hace unos años: el gran mercado está ahí. Si bien, esto cataliza la progresión de PaaS y en menor medida, IaaS, que como parte del proceso natural de maduración deja paso a tecnologías más adecuadas para un desarrollo rápido y sostenido que reduzca el time-to-market".

Su recomendación es que las empresas se centren en el uso "y no en la base tecnológica. Lo importante es el negocio y hallar las herramientas adecuadas en el mercado para poder desarrollar ese negocio de la mejor manera posible". El futuro pasa por un escenario donde la empresa se centra en el uso, y no en la tecnología. "Ya no importa el modelo del coche, sino el servicio de transporte del punto A al punto B de la forma más rápida, cómoda y eficiente posible" donde, además, se va a producir una concentración de la oferta. "Cloud es un mercado enorme donde el tamaño y las economías de escala importarán cada vez más, como todo mercado que entra en fase de maduración. Estoy seguro de que seguiremos viendo movimientos de fusión y adquisición en el mercado europeo como los que estamos viendo en los últimos años".

Respecto a la la reciente regulación europea, desde EuroCloud recuerdan que antes de Safe Harbor ya existía regulación para el transporte de información fuera de la Unión Europea de forma legal y. de hecho, hay empresas que transportan datos a regiones fuera de Estados Unidos anteriormente. "Para eso tenemos las Cláusulas Modelo Tipo (que son del año 2000, siendo safe harbor del año 2010), a las que los grandes jugadores del mercado se están adaptando ya, en estrecha colaboración con las agencias europeas, o la directiva de 1995, a la que también podremos acogernos. Lo importante es conocer los procesos y no alarmarse. No existe riesgo alguno si se siguen los procesos requeridos. Podemos seguir trabajando exactamente igual que lo hacíamos antes de la derogación de safe harbor".

Y recuerda que "algunos medios han dado grandes titulares que han sido rectificados por la propia Agencia Española de Protección de Datos, y ese tipo de mensajes nunca son buenos, sobre todo si son imprecisos".

de las nubes que les ofrezcan las mejores características técnicas y económicas a corto, medio y largo plazo".

Mientras, desde IBM se considera que se ha producido una evolución de los entornos tecnológicos en la nube, que han pasado de ser solo entornos de infraestructura donde optimizar los costes y obtener mayor flexibilidad a entornos altamente tecnológicos donde innovar. En este aspecto, "el mayor reto de las empresas será el desarrollo de nuevas aplicaciones "componiendo" soluciones de múltiples nubes a través de API distribuidas. No menos importante es la búsqueda de talento, concretamente desarrolladores con experiencia en estos nuevos entornos".

Pero, visto quizá desde la óptica de un CIO, que suele "controlar mejor el gasto del servicio al ser recurrente", el verdadero desafío está en "entender que hay un coste asociado con el cambio (tanto de infraestructura como de paradigma) y en especial en poder medir el retorno que tiene esa decisión. En Dell nuestra recomendación es seguir un plan, un "Blueprint" donde se marquen claramente los objetivos, pero también el camino para llegar a esos objetivos. A la hora de medir los resultados, también es importante definir claramente los criterios de éxito. En algunos casos no será la reduc-

"La empresa necesita flexibilidad, adaptación, eficiencia, seguridad y confianza; y eso depende de cada proveedor y el nivel de transparencia ofrecido"

Ferrán Serrano Miserachs, Corporate Marketing & Communication Director at T-Systems Iberia

Top 10 Advantages of Cloud Computing

Clicar para ver el vídeo

Thinking Forward about cloud computing Clicar para ver el vídeo

ción de costes lo que impulse un cambio estratégico sino a lo mejor conseguir más ventas o que las mejoras de procesos en la empresa".

Los beneficios que están por llegar

En este nuevo escenario, pues, de soluciones tecnológicas, el Cloud 2.0 se asoma como una de las mejores vías para lograr la innovación y la mejora gracias a la optimización de la productividad y mejora de los ingresos. Tal y como certifica Ferrán Serrano, "gracias a las soluciones en la nube las empresas eliminan costes fijos y cuentan con el expertise de un socio en el que pueden confiar. Es una apuesta segura".

Entre esos benéficos, la rapidez de entrega y la flexibilidad son los destacados por el responsable de OVH. "El tiempo y los recursos que el cloud permite ahorrar son incalculables con respecto a la instalación y la configuración de un entorno físico tradicional. Más allá de esta obviedad, lo que más interesa a nuestros clientes son las ventajas nativas del cloud: escalabilidad horizontal (duplicación de entornos a gran escala) o vertical (adición de recursos en caliente, independientemente del tipo de recursos), automatización de escenarios de absorción de los picos de carga, búsqueda de un rendimiento extremo en cortos período...".

Y es que esta cuarta revolución industrial en la que estamos inmersos no es solo una cuestión de cómo las empresas usan la tecnología para lograr la eficiencia

it whitepapers

EL IMPERATIVO DE LAS FINANZAS DIGITALES:
MEDIR Y GESTIONAR LO QUE IMPORTA

El informe The Digital Finance Imperative analiza el cambio de papel del director financiero y los responsables del back-office de las empresas en el flujo de información y la innovación en las empresas como parte de la ansiada transformación digital.

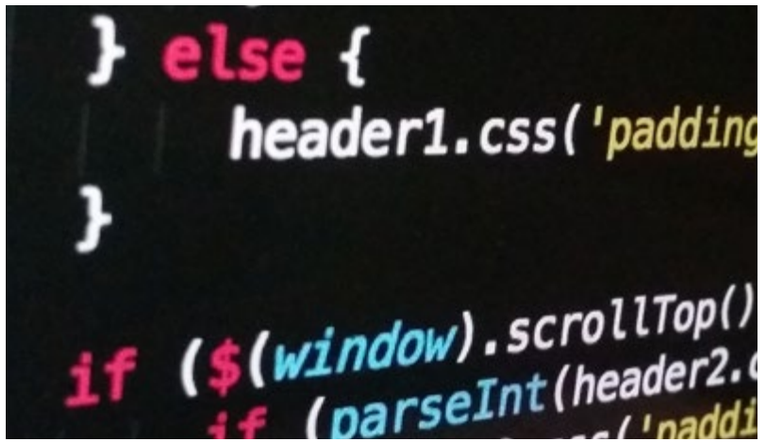
operacional y reducir costes en sus espacios de trabajo y cadenas de suministro preexistentes, sino de "colocar la tecnología en el corazón de su estrategia de negocio para otorgarles ventajas frente a sus competidores. Por lo tanto", prosigue el director técnico de NetApp, "la gestión de estos datos es un reto monumental, puesto que la inmensa mayoría de ellos no tendrán ningún valor ni aportarán casi nada. Por ello, se necesitarán sistemas de análisis y algoritmos complejos para decidir si merece la pena almacenar conjuntos de datos específicos o si deberían ser descartados. Además, es necesario responder a preguntas sobre los datos para contextualizarlos frente a otros conjuntos de datos".

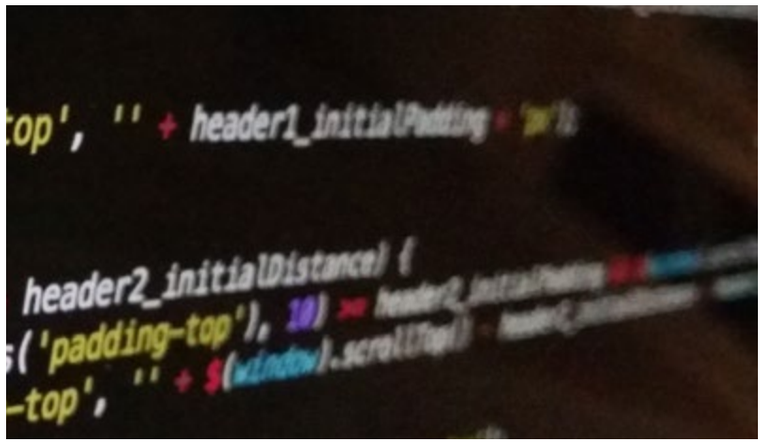
Además, hay que tener en cuenta que no existe un único caso de uso ni una solución única cuando hablamos de la nube. "Cada empresa tiene sus propias necesidades, objetivos y planes para mejorar. Lo importante es entender cómo definir esas prioridades. La Cloud permite flexibilizar los servicios, controlar los costes y potenciar cualquier iniciativa", certifican desde Dell. "Antes para que una empresa de desarrollo, por ejemplo, pudiera ofrecer un producto al público, requería una gran inversión en infraestructura, gente y software. Hoy gracias a la Cloud, se puede comenzar con una inversión discreta de dinero y en tiempo récord. La recomendación desde Dell es entender este cambio de paradigma, adecuarlo a las necesidades de cada uno y crear un plan con sentido y viable. Desde el correo electrónico, CRM, hasta la trasformación del Centro de Datos, todas pueden ser soluciones que beneficien a una empresa que entienda a su TI como un valor estratégico".

Benefits of Cloud Computing in the healthcare sector Clicar para ver el vídeo

Un futuro brillante repleto de nubes

"Las fronteras entre Infraestructura como Servicio y Plataforma como Servicio serán cada vez más difusas", vaticina Isaac Hernández. "La nube seguirá evolucionando rápidamente para que las empresas puedan concentrar sus esfuerzos en el desarrollo de aplicaciones, y puedan olvidarse por completo de las infraestructuras necesarias. La portabilidad de aplicaciones entre distintas nubes será una realidad gracias a tecnologías como los Containers. Las nuevas herramientas y algo-





ritmos de Inteligencia Artificial y de Machine Learning permitirá el desarrollo de aplicaciones mucho más potentes, que explotarán las posibilidades que brinda el acceso a enormes volúmenes de datos".

Genaro Escudero cree firmemente que estamos en la era de los datos. "La información centra el nuevo paradigma (primero lo fue el hardware y luego el software). En este sentido y más que nunca, las TI son las Tecnologías de la Información. Ya no se puede centrar la informática de una empresa en únicamente en cómo servir un PC o cómo administrar un servicio en el Centro de Datos. Eso no desaparece, sigue siendo obligación del CIO o responsable mantener la plataforma entera, pero desde una perspectiva mucho más ambiciosa. Desde la visión estratégica de ayudar y promover el propio negocio de la empresa. Las buenas noticias son que ahora cuenta con mucha más artillería. Ahora cuenta con toda la Cloud".

Sin embargo, el CEO de Gigas establece un matiz, al considerar que el siguiente paso y hacia donde va el sector es a superar el concepto "cloud tradicional", entendiendo como tal la contratación y gestión de infraestructura a través de una plataforma web. "Este nuevo concepto implica un modelo donde las compañías busquen un partner tecnológico, un proveedor cloud que les ofrezca apoyo local capaz de gestionar su infraestructura de forma global. En definitiva, las compañías demandarán cada vez más ese compañero de viaje tecnológico que les apoye, les asesore, les ofrezca seguimiento, soporte y les permita externalizar la gestión de su infraestructura de manera óptima, segura y garantizada. En un mundo de globalización y de transformación digital, el "nuevo concepto cloud" ha llegado para quedarse".

No obstante, y tal y como adelantan muchos analistas, el modelo de nube híbrida parece que se asienta. Algo que también opina Antonio Rodríguez, Cloud Sales Manager de IBM España, Portugal, Grecia e Israel, al considerar que la nube híbrida permite acceder a todas las nuevas soluciones digitales a los entornos empresariales del back-end y crear "de forma ágil y mejorando la productividad de los entornos de desarrollo nuevas soluciones componiendo múltiples servicios alrededor de IBM Cloud. Como novedad, el área que se está reforzando más recientemente es la del vídeo. El vídeo es el modelo de intercambio de información que más crece, con soluciones en todos los segmentos, no solo en las compañías de video. Para reforzar su oferta en esta área, IBM ha adquirido Cleversafe (solución de almacenamiento de objetos optimizada para soluciones de video) junto con Aspera (intercambios de ficheros de gran tamaño), Clearleap (streaming bajo demanda) y Ustream (streaming de evento en directo)".

Enlaces relacionados

- Contenido íntegro de las entrevistas realizadas para la elaboración de este reportaje.
- El quinto informe de CompTIA sobre tendencias anuales de la informática en la nube
- IDC: Worldwide Cloud IT Infrastructure Spend
- Perspectivas de negocio del CloudComputing o porqué hay que llevar nuestros proyectos a Internet
- PCI DSS Cloud Computing Guidelines
- Introducing to Cloud Computing

Cloud Computing: la nube sigue creciendo, ¿a qué nos enfrentamos?

Cloud Computing: la nube sigue creciendo, ¿a qué nos enfrentamos?

Clicar para ver el vídeo

El Cloud Computing no es una tendencia, es una realidad en las empresas. De hecho, según algunos informes, un importante número de empresas cuentan con, al menos, una parte de su TI en la nube. Sin embargo, lo que podríamos denominar el Cloud Computing 2.0 no está exento de retos para las empresas y los departamentos de TI y, para ello, hemos querido hablar con los portavoces de algunos de los jugadores más destacados en este terreno.

En esta Mesa Redonda IT hemos contado con la participación de Antonio Villaverde, Iberia Cloud Sales Manager de Atos; Mercedes Serrano, Iberia Cloud & Hybrid IT Director de Hewlett Packard Enterprise; Sergio García, Product Manager IT de Huawei; Carlos Clerencia,

“Hay una gran diferencia entre las empresas tradicionales y los nuevos modelos de negocio que están lanzándose en estos mercados, todos basados en cloud”

Antonio Villaverde, Iberia Cloud Sales Manager de Atos

Director de Alianzas Corporativas de Intel; Pilar Martínez Santa María, Directora Cloud y LoB de SAP España; y Moisés Navarro, Business Solutions Strategist de VMware.

Y la primera pregunta es evidente, ¿cuál es la situación actual del Cloud Clomputing en este momento? Antonio Villaverde, Iberia Cloud Sales Manager de Atos, “el cloud es ya una realidad en las empresas. No solo pensamos en cloud como un elemento de ahorro de costes, sino en un modelo de cloud como palanca de la transformación digital que deben abordar. Es un facilitador de nuevos modelos de negocio. Además, es algo multisectorial, en diferentes modelos y con orquestación de servicios en el caso de la cloud híbrida”.

Por su parte, Carlos Clerencia, Director de Alianzas Corporativas de Intel, coincide con él, pero añade un matiz, “dónde están en esa transición. Hay mucha variedad. Nos encontramos empresas que están empezando y otras que están más avanzadas. Pero vemos una tendencia donde parece que va a triunfar la nube híbrida”.

En opinión de Mercedes Serrano, Iberia Cloud & Hybrid IT Director de Hewlett Packard Enterprise, “es cierto que la nube empezó como una opción para ahorro de costes, pero en el 50% de los casos vemos ahora que el driver es la agilidad. Precisamente, para ayudar al desarrollo del mundo digital en las empresas. En el caso de España, estamos un poco por detrás, más parecidos a Alemania o Italia que a los países Nórdicos o Reino Unido. Pero es verdad que la inversión va a ser muy fuerte el próximo año, y el despegue va a ser más rápido en los próximos 24 meses. A día de hoy, la implantación estaría

“Es cierto que la nube empezó como una opción para ahorro de costes, pero en el 50% de los casos ahora vemos que el driver es la agilidad”

Mercedes Serrano, Iberia Cloud & Hybrid IT Director de Hewlett Packard Enterprise

en torno algo 59%, pero solo el 18% está usando nube híbrida, que se espera que sea el 80% en los próximos 24 meses. Pero es importante apostar por proveedores de servicio locales, porque, si no, será inversión de TI que perderíamos".

En palabras de Sergio García, Product Manager IT de Huawei, "hay que cambiar la forma de pensar. Cloud es una forma nueva de hacer negocio que aporta ahorro de costes, mayor agilidad para llevar al mercado, automatización de procesos… y las empresas deben adaptarse. No es una opción, porque habrá que optar por cloud para crecer y ser competitivos en el mercado".

Desde el punto de vista de Pilar Martínez Santa María, Directora Cloud y LoB de SAP España, "las soluciones cloud han surgido frente a un cambio de los modelos de negocio de las empresas, que quieren soluciones más ágiles, más simples. Y hay un elemento transformador en la forma de hacer las cosas. Las empresas optan por cloud por la rapidez para acceder a lo que necesitan, y, el cliente que apuesta por cloud, permanece"

"No es una opción, hay que optar por cloud para crecer y ser competitivos en el mercado"
Sergio García,
Product Manager IT de Huawei

Y, concluyendo esta primera ronda de opiniones, Moisés Navarro, Business Solutions Strategist de VMware, añade que "hay que fomentar el consumo de servicios cloud y hacerlo con proveedores de servicio de ámbito local o europeo, porque acabará repercutiendo en todas las empresas que trabajamos alrededor. Pero quizá lo importante no es hablar de cloud, sino de para qué. Ahí es donde se nota que estamos un poco por detrás. Debatimos mucho sobre el modelo, la tecnología, cuando nadie debate sobre internet. Hay que centrarse en el para qué. Algunas organizaciones ya están en este punto, hablando de casos en los que se usa cloud. Los que están en plena transformación digital ya han asumido el cloud como modelo, pero algunos todavía están debatiendo sobre cloud".

Sobre esto, Carlos Clerencia apunta que cloud "es una optimización de infraestructuras para facilitar la transformación digital".

Nuevos modelos y entornos tradicionales

Antonio Villaverde comenta, por su parte, que "hay una gran diferencia entre las empresas tradicionales y

whitepapers

ALMACENAMIENTO DEFINIDO POR SOFTWARE: PRINCIPALES BENEFICIOS

La presión que ejerce el crecimiento masivo de los datos en los sistemas de almacenamiento ha llevado a quienes toman las decisiones en torno a TI y almacenamiento a adoptar soluciones de SDS (Software Defined Storage) por una amplia variedad de razones económicas y operacionales. Lee por qué se está adoptando SDS en este documento.

los nuevos modelos de negocio que están lanzándose en estos mercados, todos basados en cloud. Son modelos que nacen en la nube y solo tienen sentido en ella, pero España es un país tradicional y mover todo a cloud no es sencillo. Pero muchas empresas, incluso las tradicionales, están arrancando modelos de negocio que no se entenderían sin la nube".

No cree que haya dilema Carlos Clerencia, "sino que las empresas tienen una infraestructura cloud que deben mantener antes de terminar la migración".

"El cloud es un medio", apostilla Pilar Martínez Santa María, "pero lo fundamental es que hemos cambiado a un mundo de colaboración, y cloud ayuda a conseguir esta conexión. Es más fácil encontrar modelos de conexión en cloud que en el formato tradicional".

"Ahí está el debate interesante", apunta Moisés Navarro, "tú tienes un proceso de negocio que necesita a otros para sobrevivir y desarrollarse, y necesitas abrirlo a ellos. La idea es buena, pero el esfuerzo por detrás es grande y va a recaer en TI para que funcione. Cloud va a ser el medio, pero la clave estaría en hablar sobre cómo desarrollar estos modelos de negocio, y ya nos preocuparíamos después por la tecnología".

Sin embargo, Mercedes Serrano estima que "en este punto ya estamos. No en hablar de la tecnología, sino en cómo usar esta tecnología para hacer negocios. Los bancos, por ejemplo, estiman que un 25% de su negocio podría irse a las financieras tecnológicas, y para evitarlo tienen que cambiar su modelo. ¿Cómo? Con tecnología, para mejorar sus márgenes, rendimientos, imagen en el mercado… Los clientes deben analizar dónde están y dónde quieren llegar en sus objetivos de negocio en tres capas diferentes: el suministro de la tecnología, la alineación de TI y negocio aprovechando las plataformas PaaS, y, por último, las soluciones SaaS. Mientras los mercados IaaS y PaaS están creciendo a ritmos del 40%, el mercado SaaS, en España, crece por debajo de la media. Es importante que crezca porque, si no, no hay desarrollo de aplicaciones que favorezcan que las empresas se decanten por la nube. Por último, es necesario tener una herramienta de gestión que te permita controlar todo el entorno de TI".

"Cada día más las decisiones de tecnología no recaen en TI, sino en negocio"

Carlos Clerencia, Director de Alianzas Corporativas de Intel

¿Es necesaria una estrategia cloud?

Según un estudio de IDC, solo el 5% de las empresas tienen una estrategia optimizada para cloud, mientras que en el informe Highway to cloud de Penteo se habla del 20%. ¿Se ha hecho bien el inicio del viaje hasta el punto en el que estamos?

Según comenta Pilar Martínez Santa María, "en cloud impera más la rapidez que tener la foto completa de lo que quieres hacer. Es dar una respuesta rápida para una situación. La forma de pensar es diferente".

Para Carlos Clerencia, "el panorama cambia tan deprisa que cualquier cosa que tengas hoy tienes que reevaluarla en unos meses. Los CIOS tienen un problema importante para mantener la infraestructura funcionando en momentos de recorte de costes, y tener que invertir en planificar algo diferente, les plantea un problema. Esa planificación estratégica es uno de los puntos de estrés que se están produciendo".

"La estrategia cloud es un concepto que no es tan importante para el negocio", apunta Moisés Navarro, que

“En cloud impera más la rapidez que tener la foto completa de lo que quieres hacer. Es dar una respuesta rápida para una situación dada”

Pilar Martínez Santa María, Directora Cloud y LoB de SAP España

añade que “cloud es un medio para llegar a un fin. Prefiero centrarme en el fin, en el negocio, y ya me preocuparé por el medio”.

“Quizá el problema”, indica Mercedes Serrano, “es la falta de conexión entre el que desarrollaba la estrategia cloud y el que la necesitaba para el negocio. Ahora estamos viendo que es necesaria que exista la unión y la alineación”.

Y al revés, también, comenta Carlos Clerencia, “cada día más las decisiones de tecnología no recaen en TI, sino en negocio. Estamos viendo que TI no es lo suficientemente ágil y se da paso al shadow IT”.

Añade Antonio Villaverde que Atos ha realizado un estudio en el que se demuestra “que el 52% necesita ir a cloud para su transformación, el 58% está pensando en una orquestación de servicios para ganar agilidad en el negocio, y el 46% de los CIO están pensando en transformar sus aplicaciones a un modelo cloud”.

“Si aproximadamente el 50% del gasto TI”, apunta Mercedes Serrano, “va a hacerse fuera del propio TI, es donde vemos la necesidad de la alineación entre negocio y TI”; es más, Pilar Martínez Santa María refuerza esta idea al comentar que “más del 70% de las decisiones se toman en las líneas de negocio, que son los que tienen la urgencia en resolver determinadas situaciones. Son los verdaderos motores de esta estrategia”.

“Quizá no deberíamos demonizar el shadow IT”, apunta Moisés Navarro, “porque es una forma muy sensata de obtener lo que necesita el negocio. Necesito un recurso para competir y lo uso. Llevamos años diciendo que hay que alinear negocio y tecnología, y cuando negocio se enamora de la tecnología, decimos que no, que lo que había que alinear era negocio con el departamento de TI. Lo que se ve en las empresas es que hay dos realidades muy diferenciadas. Por una parte, la oficina del CIO, que controla el correo, la infraestructura y las aplicaciones corporativas; por otra, negocio, que consume TI, que no cuentan con la oficina del CIO. No sé si es bueno o malo, pero es una realidad, y negocio va a tener expertos en TI fuera de la oficina del CIO. Quizá es bueno que todo dependa del CIO, porque aporta más control, reusabilidad… pero o somos ágiles o no se dará, porque el negocio no puede pararse”.

“Las soluciones deben ser más simples”, comenta Pilar Martínez Santa María, “y la forma de interactuar con las soluciones también buscará esa simplicidad”.

Pero, ¿quién gestiona todo?

Para Mercedes Serrano, "cobra importancia la Cloud Management Plattform. Es muy importante tener una herramienta que te permita gestionar todo, pero hay muchas teorías. Es necesario poder gestionar todo de una misma forma, y hay herramientas que te van a permitir hacerlo".

"Es una gran oportunidad para la oficina del CIO", apunta Moisés Navarro, "que va a ofrecer esta gestión como una plataforma de servicios amplia y abierta, y la industria está contribuyendo a ello".

"Si montamos una empresa de cero, la opción clara es cloud", indica Sergio García, "pero debemos ayudar a las empresas a transformar su TI tradicional, y ahí les estamos aportando herramientas para poder gestionar la TI tradicional como servicio".

Destaca Antonio Villaverde que un freno claro al desarrollo de cloud es la inversión realizada y no amortizada en tecnología tradicional, y apunta Sergio García que otro es el rechazo al cambio "de las personas dentro de la empresa", algo que se está solucionando en algunas empresas con la incorporación de personas con otra mentalidad, estima Villaverde".

El coste, uno de los beneficios buscados que más defrauda

Uno de los aspectos que mejor entendió el mercado de cloud era el ahorro de costes, pero, a la vez, y con los datos de Penteo en la mano, es uno de los beneficios esperados que más ha defraudado.

Tal y como indica Moisés Navarro, "al principio, se arrancaba con cosas pequeñas, en las que gastabas poco dinero. Pero el pago por uso implica imprecisión en cuanto al consumo y, por tanto, a lo que vas a acabar pagando. Se supone que es bueno, porque pagas más cuanto más consumes, pero cuando la carga es constante y grande, al final sale más caro alquilar que comprar. Ha sido una fase de aprendizaje natural, y era un error de base pensar que iba a ser barato. Era un pago flexible. En todo caso, la clave para consumir servicios cloud es la agilidad".

"Quizá es bueno que todo dependa del CIO, porque aporta más control, reusabilidad… pero o somos ágiles o no se dará, porque el negocio no puede pararse"

Moisés Navarro, Business Solutions Strategist de VMware

Para Pilar Martínez Santa María "es complicado hacer esta valoración, porque no estás teniendo en cuenta determinados tiempos o esfuerzos que en un modelo tradicional tienes que hacer. A la postre, el escenario final es totalmente diferente al inicial. Buscas una transformación que no puedes comparar con el punto de partida".

En palabras de Antonio Villaverde, "determinados escenarios no son más baratos, en realidad son más caros. Pero es que en un modelo tradicional quizá no tienes en cuenta costes ya asumidos, como el consumo de luz, la gestión… El coste no es un driver, sí lo son la agilidad, la escalabilidad y el time to market".

Para Sergio García, "lo importante es la facilidad de elegir en función de lo que necesites, y poder cambiar según lo necesites. Porque cloud facilita a las empresas, poder llegar rápido al mercado, ser elásticos y baratos… al principio".

Desde el punto de vista de Carlos Clerencia, "una implementación incompleta de un modelo cloud, te aumenta el coste, sobre todo en una cloud privada. Si no soy capaz de hacer la transición completa, y tengo que mantener dos infraestructuras, aumento el coste".

NO SOLO it

De CIO a CIO

Eres de TI y sabes del negocio, como debe ser
Por **José Blanco,** CIO y Digital Transformation Leader

Diriges o lideras

Dirección eficaz de estrategias de captación de clientes en internet. El SEO Social
Por **Alberto Alcocer**, CEO en SocieTIC Business Online

Marketing B2B

Gestión de clientes para aumentar los Beneficios: Analytics, Marketing y Sentido Común
Por **Ramón Gimeno**, directivo Marketing TIC. Consultor. Profesor

Psicobusiness

¿Coaching a la alta dirección?
Por **Asier de Artaza**, director de www.yesmanagement.es

Gestionar el Talento

Cinco talentos que caracterizan a los CIO de la era digital
Por **Marta Díaz,** consultora Transformación Digital y asesora de Talento, y fundadora y CEO de Talentoscopio

Administración Digital

Prepararse para la Transformación Digital. Un enfoque Mindfulness
Por **José Manuel Pacho Sánchez**, gestor de Organizaciones y Tecnologías. CIO en el FROB

Legal IT

Privacidad: ¿dónde van nuestros datos?
Por **Lorena P. Campillo,** abogada especialista en Derecho y Nuevas Tecnologías

Social & Business

Creando contenido efectivo, convierte visitantes anónimos en leads
Por **Juan Merodio**, experto en Marketing 2.0, Redes Sociales y Web 2.0

Vida sana

Cinco opciones para entrenar en la hora de la comida
Por **Alberto Lázaro,** personal trainer en Benefits Body Mind

Desde mi análisis

Analíticas aplicadas al empleado
Por **Fernando Maldonado,** analista asociado a Delfos Research

Eres de TI y sabes del negocio, como debe ser

José Blanco
CIO | Digital Transformation Leader

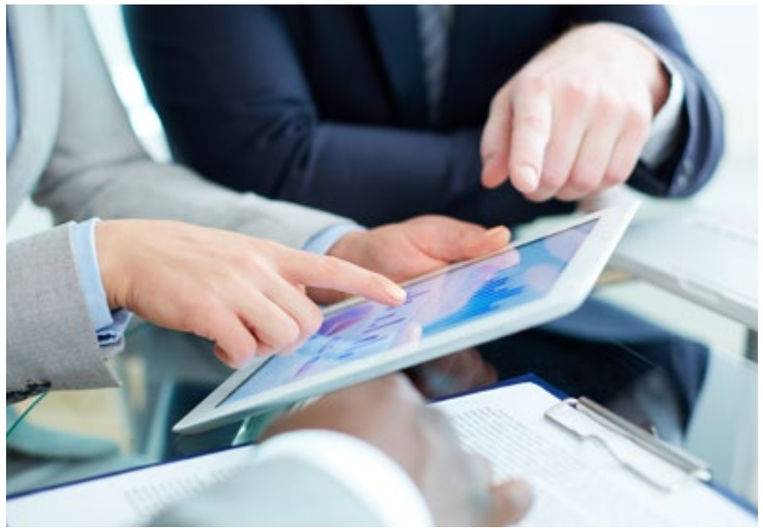
Uno de los mantras más extendidos es que "la gente de TI" no sabe del negocio, y puede que sea verdad, pero hay mucho que profundizar antes de generalizar.

Primero debemos empezar a separar a las personas por su grado de interés, por ejemplo, alguien del área de contabilidad, en principio, no tiene que tener mucha interrelación con el negocio, pero puede estar interesada en el mismo y saber mucho, es decir, querer es poder; en una palabra, actitud. Lo mismo pasa con ciertas áreas de TI como HelpDesk o Sistemas, que por las características de su trabajo no suelen tener que saber mucho del meollo del negocio en la mayoría de las compañías.

Por otro lado, están las áreas de aplicativos y desarrollo. Los del primer grupo suelen dominar muy bien algún punto concreto del negocio, y los del segundo grupo suelen dominar bastante bien muchos puntos del negocio, con la gente que desarrolla para los ERP como máximo exponente.

Otro tema es el grado de abstracción, es decir, pensando en el gran conocedor del negocio, el director general, lo lógico es que su nivel de abstracción sea muy alto, salvo honrosas excepciones. Cuanto más bajamos en la cadena de mando, menos de alto nivel es el conocimiento general del negocio, pero es más concreto dentro de su área de actuación.

Con más de 15 años de experiencia en diversas multinacionales, varios de ellos en puestos de dirección como E-commerce Systems Manager en Spanair o CIO en Roberto Verino, José Blanco posee amplios conocimientos en las áreas de IT Management, Business Intelligence, Big Data y transformación digital dentro de los sectores Retail, E-commerce, Airlines, Banca y Consultoría.



El rol de TI como un simple proveedor de servicios debe ir dejando paso al rol de líder de negocio y socio a la hora de cumplir las expectativas del nuevo tipo de consumidor, y, para hacer este viaje posible, debemos crear equipos de TI con capacidades de negocio. Cuantos más miembros de TI interactúen con el negocio, más aprenderán del mismo, y más se les invitará a participar y se les tratará como uno más.

El rol de TI como un simple proveedor de servicios debe ir dejando paso al rol de líder de negocio y socio a la hora de cumplir las expectativas del nuevo tipo de consumidor

Pero, ¿cómo los líderes de TI pueden preparar a sus equipos en las capacidades de negocio que requiere el modelo de madurez TI de las compañías?

- **Estrategias de aprendizaje "Off-the-job", básicamente estrategias de aprendizaje (comunicación, negocio y liderazgo).**
  - *Comunicar a TI las tendencias y los cambios, tanto del entorno macro como del entorno interno de otros departamentos o cross-departamento, proporciona las bases para entender que necesitas tus pares de negocio.*
  - *Entrenamiento general en cuestiones de negocio de cara a poner a TI en el mismo campo de batalla y alinearse con el resto de departamentos.*
  - *Técnicas de liderazgo.*
- **Estrategias de aprendizaje "On-the-job", como realizar tareas de interface IT-negocio, rotación en los puestos o sentarse junto a los pares de negocio.**
  - *Hay que dejar claro que estas estrategias son difíciles de controlar en el mundo real. Normalmente, alguien se esfuerza en entender las necesidades de los clientes y luego las interpreta para TI, pero entender el negocio abre una puerta directa a TI con el cliente, sin los filtros ni las ideas preconcebidas que un tercero puede añadir al ya difícil proceso de entender al cliente.*
  - *Ejecutar la tarea de interface TI-Negocio es el primer paso para que alguien empiece a acceder a las reuniones, insights y tendencias del mismo, ganando conocimiento real. Además, es el primer paso para que el resto de la organización vea a TI como un socio, es decir, este tipo de interfaces son la punta de lanza que hace que el resto de opciones sea mejor aceptada.*
  - *La rotación de puestos consigue que las personas accedan a un conocimiento completo de todas las variables que afecta al negocio.*
  - *Sentarse junto a los pares de negocio ayuda a crear vínculos personales que redundan en un mayor nivel de comunicación, compañerismo y aprendizaje bidireccional.*

No podemos olvidar que este tipo de TI business-enabled también tiene un gran beneficio para el profesional, ya que le permite abrir nuevos horizontes en los que desarrollar su carrera, tanto dentro como fuera de IT, aumenta su nivel de interés por el trabajo y su sensación de seguridad.

PD: Recuerdo una historia en que un jefe mío me dio la mejor lección de tecnología que jamás me han dado. Me dijo: "mira, a los informáticos nos encantan nuestros servers, programitas y gadgets, pero si no hay dinerito, no los podemos tener, o sea que lo que debes hacer es pensar siempre en cómo conseguir que la compañía gane dinero con tus ideas".

Enlaces relacionados

- Hacia la economía del conocimiento
- La formación más allá del departamento de formación
- Claves para maximizar la retención de la formación

¿Coaching para alta dirección?

Asier de Artaza Azumendi
Director de www.yesmanagement.es

Nacido en Bilbao hace 43 años, es también conferenciante y formador habitual en grandes empresas sobre Psicobusiness, Psicología aplicada a la obtención de resultados en la empresa. Ha formado parte de varios Consejos de Administración y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Es Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad termina su segunda carrera, Psicología; es Máster en Consultoría de Empresas, Máster en Digital Business, Posgrado en Dirección Financiera y Control Económico y Mediador Mercantil.

Creo que han pasado más de siete años ya desde la primera vez que me acerqué a este término del coaching con cierto interés y, por qué no decirlo, con ciertas dudas. Estaba en aquel entonces dando el último coletazo a mi segunda carrera, Psicología, ciencia que completaría mi plataforma formativa, que quince años antes había realizado en el campo de la gestión empresarial.

Mis miras al estudiar Psicología iban mucho más allá del coaching, incluso del desarrollo directivo en general, pasaban por los recursos humanos también, por el diseño organizacional; pero, sobre todo, tenían su mayor interés en la estrategia empresarial y el marketing. Lo que más tarde se denominaría Psicobusiness, la fusión de todos los conocimientos de la psicología con la gestión de las empresas, para la maximización de sus resultados económicos.

Y es que, ¿no son los compradores, personas? ¿Y los directivos? ¿Y los empleados? ¿Y los accionistas? ¿Y los proveedores? ¿Y los prescriptores? ¿Y los usuarios? ¿Y

Tony Robbins, uno de los líderes del Coaching

Clicar para ver el vídeo

nosotros mismos? Vaya, pues parece que la actividad empresarial va de personas.

Pero sigamos. Estaba yo terminando la carrera de la ciencia que estudia la mente y el comportamiento de las personas, o, lo que es lo mismo, cómo piensan y cómo actúan, cuando leí sobre aquella charla de una certificación en Coaching en una reconocida institución; el certificador, un "agente" que en su denominación incluía cierta palabra referente a nuestro continente; me decidí por inscribirme.

Empecé a indagar qué era realmente esto del reciente y abrumador mundo de los ofertantes de formación en coaching, y lo cierto es que no lo tenía claro. Veía desde cursos de unas decenas de horas a extensos programas de certificación, todos con el mismo destino final, "soy coach por el X en la modalidad Y". Aquí venía la segunda derivada, la modalidad "Y", porque el coaching tiene un amplio catálogo de corrientes, variantes y opciones no unificadas... cada vez me estaba liando más.

Y es que, en principio, esto del apasionante rugido del coaching intuía que podía estar hecho para mí. Yo que, desde mi primer puesto comercial en prácticas, de alguna manera u otra había acompañado a mis compañeros para ayudarles a desarrollarse en su trabajo, así en 7 empresas y en siete puestos, desde comercial a consejero de consejos de administración.

Entonces seguía sin tenerlo claro, el tema era interesante, algo así como un especialista externo, imparcial y con una metodología concreta que ayuda a otra persona a encontrar nuevas fronteras en sus capacidades. Si esto me había sido útil a mí, como usuario en los entresijos de la adolescencia, gracias a los "pedazo coach" de mis amigos, si le dábamos un poco más de rigor tenía que ser… la bomba.

Aunque en el purismo del coaching, el coach (prestador del servicio) nunca toma parte en la tarea del coachee (receptor del servicio), simplemente le guía para que el coachee encuentre sus propios caminos y crecimiento en sus capacidades. Dicho de otro modo, es como si el entrenador le dice al jugador, "¿cómo crees que debes de dar el efecto al balón?", y, a partir de ahí, co-crean un plan de trabajo para ver qué resultados esperan y cómo los miden, y ver cuánto ha crecido en el chute con efecto. Le guía en encontrar el camino, la forma y el resultado, pero el entrenador no le dice como chutar, y mucho menos chuta él.

Un coach es algo así como un especialista externo, imparcial y con una metodología concreta que ayuda a otra persona a encontrar nuevas fronteras en sus capacidades

Una duda sí que me quedaba. Aparte del mar disperso de oferta formativa sin un eje común, que ni siquiera coincidía en la duración, me quedaba la duda: cómo un nuevo coach, un especialista autónomo, independientemente del background y expertise anterior, se postula automáticamente como cualificado para estar a la altura de la tarea de desarrollar a un alto directivo-empresario. El primero, digamos que con 6 meses de posgrado y preparación para su cometido; y el directivo-empresario artífice de montar una gran empresa, dar multitud de puestos de trabajo, suponérsele gran inteligencia y experimentado tras la superación de dificultades de primer orden en las más arduas batallas empresariales.

Total, que, con aquel gusanillo interno, y mi carácter de aprendiz sólido de psicólogo, que poseía, tras 7 veranos de estudio de la carrera de Psicología a mis espaldas, buenos conocimientos, me acerque a escuchar

En el purismo del coaching, el coach nunca toma parte en la tarea del coachee, simplemente le guía para que el coachee encuentre sus propios caminos y crecimiento en sus capacidades

la charla en la mencionada institución de prestigio.

La primera ponente fue una gran oradora invitada, que de por sí creo recordar que sólo era una profesora a tiempo limitado en la escuela protagonista. Creo que llegó a conmoverme y a ratificarme mi visión sobre la importancia de las personas y su potencial de crecimiento.

La segunda ponente de esa charla de 3 horas, fue una de las directivas de la escuela, en este caso de background financiero y de relación capitalista con la materia. ¡Qué pena! Ésta me quitó la ilusión, se introdujo sin dominio y de forma atrevida en áreas del comportamiento humano que, a alguien con mis conocimientos en aquel momento, me resultó osada, inculta en la materia y demasiado interesada en la captación de matrículas, vía el lanzamiento de fuegos de artificio sobre el futuro que abría su titulación.

Bueno, y qué decir, yo que me había independizado de la gran empresa y como humilde emprendedor ya trabajaba codo con codo asesorando a empresarios en estrategias corporativas y políticas de marketing, entre otras variables de potenciación de los resultados.

Y éste fue mi primer encuentro y desencuentro, con el mundo del Coaching, que, en aquel momento, consideré contaminado por el oportunismo de un momento

de aguda crisis, en la que mucha gente buscando alternativas de trabajo, eran dulces oyentes de cursos y promesas; especialmente cuando se ubican en el sensacionalista mundo de la mente humana y la alta dirección.

Seguí a lo mío, mi actividad de asesoramiento que realmente denominé codirección; fue creciendo, mi formación y aplicación complementaria en psicología y furtiva en el coaching se fue reforzando en la práctica real. Nació el psicobusiness, también me certifiqué como mediador mercantil, disciplina con grandes similitudes al coaching, pero, en este caso, dignamente regulada. Mi empresa Yes fue pasando de pequeñas empresas en provincias a grandes jugadores, como mi participación en las mejores instituciones y escuelas de negocio de prestigio, que me llevó a otro nivel, donde me encontré lo que tanto había visionado, coachs de categoría, gente con una tremenda formación, experiencia y una capacidad tremenda para aportar a los más destacados dirigentes.

Y curiosamente yo, sin buscarlo y de forma indirecta al trazado comercial de la formación, me había convertido, entre otras actividades, ¿en un coach? Posiblemente sí; empresariales, psicología, tres masters, mediador, experiencia en 7 empresas, cinco años con la mía propia, vocación, ilusión, mala "leche" por conseguir los resultados…

Todo ello se ha conformado como un background muy especial… Así que hoy se me dice ser un interesante coach para la dirección, pero siempre si lo entendemos, no como el concepto purista, sino como el "entrenador" que ayuda al jugador, el entrenador que utiliza todas las técnicas para ayudar en la guía del jugador, más allá de las habituales u ortodoxas; el entrenador con todos los conocimientos necesarios para conseguir los resultados, de psicología, management, desarrollo directivo,… incluso más allá de los supuestos como propios de un entrenador,… pero también el entrenador que, si habla de dar el efecto a la pelota y de cómo chutar,… el primero que chuta ¡es él!

Enlaces relacionados

V International Coach Federation

I International Coach Federation

10 buenas prácticas para mejorar el rendimiento de SharePoint

Desafortunadamente, los beneficios que SharePoint puede aportar a las organizaciones también pueden quedar empañados por un mal rendimiento que deje a los usuarios frustrados por su uso. En este libro, se han recopilado las opiniones de cinco expertos en SharePoint, con mejores prácticas para mejorar el rendimiento de SharePoint que permitirán dar la vuelta a la experiencia del usuario insatisfecho y convertirla en positiva.

Progresión de datos optimizados para Flash

La tecnología flash ofece mayor rendimiento I/O y elimina latencias con respecto a los sistemas basados en discos. Hasta ahora, el coste de flash lo relegaba a mejorar el rendimiento de cargas de trabajo de alta prioridad. La propuesta Dell Compellent cambia la economía del almacenamiento flash y abre un abanico más amplio de usos como sistemas OLTP, data warehousing, despliegues de VDI o incluso activos de datos menos críticos. Conoce en este documento las tecnologías para la progresión de datos de Dell.

Mejores prácticas para la protección de datos y la continuidad de negocio en un mundo móvil

Las empresas avanzan con nuevas iniciativas como la creación de una fuerza de trabajo móvil, lo que abre un nuevo conjunto de preocupaciones, como acceder de forma segura a sus datos desde cualquier sitio y dispositivo sin crear brechas de seguridad de información. Lee esta guía de ESG para pymes.

DevOps: riesgos ocultos y cómo obtener resultados

Este libro está destinado a gestores de desarrollo, directores de operaciones y administradores de DevOps, tanto si están empezando en su viaje por DevOps o aún están considerando cómo la transformación que proporciona puede ayudar a su organización. Este texto les dirá por qué es importante, qué hace que los líderes tengan éxito y qué pautas les permitirá acelerar sus resultados.

La Documentación TIC a un solo clic

it Digital MEDIA GROUP

it whitepapers

Prepararse para la Transformación Digital. Un enfoque Mindfulness

José Manuel Pacho Sánchez
Gestor de Organizaciones y Tecnologías. CIO en el FROB

José Manuel Pacho es Ing. en Informática y Master Dirección TI por la Politécnica de Madrid, Master Executive MBA por el IE, PDP Driving Government Performance por Harvard Kennedy School & IESE, Master Dirección Pública por el INAP, funcionario de carrera del Cuerpo Superior TIC del Estado, y auditor certificado TI. Con más de 20 años en puestos directivos, en sectores privado y público. Ponente habitual en diversos foros y medios.

Hoy he meditado, he cumplido con esta parte esencial de mi práctica diaria de Mindfulness. Mi mentora insiste mucho en la importancia de dedicar ese tiempo, diariamente, a mí mismo. Como me dice: "no hace falta que te apetezca, que tengas ganas de hacerlo, simplemente, hazlo". Lo cierto es que la meditación puede transformar experiencias cotidianas en auténticas sorpresas. Como muestra, el ejercicio "meditación de la pasa", clásico en los cursos de introducción a Mindfulness, que se puede ver en la web. Comer ya no vuelve a ser lo mismo.

Propongo un enfoque Mindfulness para que las organizaciones, como entes en sí mismos, aborden sus procesos de Transformación Digital. Ambos planteamientos, Mindfulness y Transformación Digital, se encuentran en la cresta de la ola.

Por su parte, Mindfulness, sin duda, está de moda. Se puede situar su nacimiento allá por 1979, cuando John Kabat Zinn, profesor de Medicina en la Universidad de Massachusetts, inició su conocido programa de reducción de estrés mediante la práctica de Mindfulness, o "conciencia plena" (Mindfulness Based Stress Reduction, MBSR). Desde entonces, el número anual de publicaciones científicas en torno a Mindfulness ha pasado de entre 1 y 5, a crecer exponencialmente a partir del año 2000 y superar actualmente las 400. Asimismo, su aplicación ha transcendido ampliamente el ámbito terapéutico y se ha extendido, entre otros, al de la gestión empresarial. Ahora, las empresas más innovadoras ofrecen a sus empleados programas de coaching y prácticas Mindfulness.

Sobre meditación, incluyendo meditación de la pasa

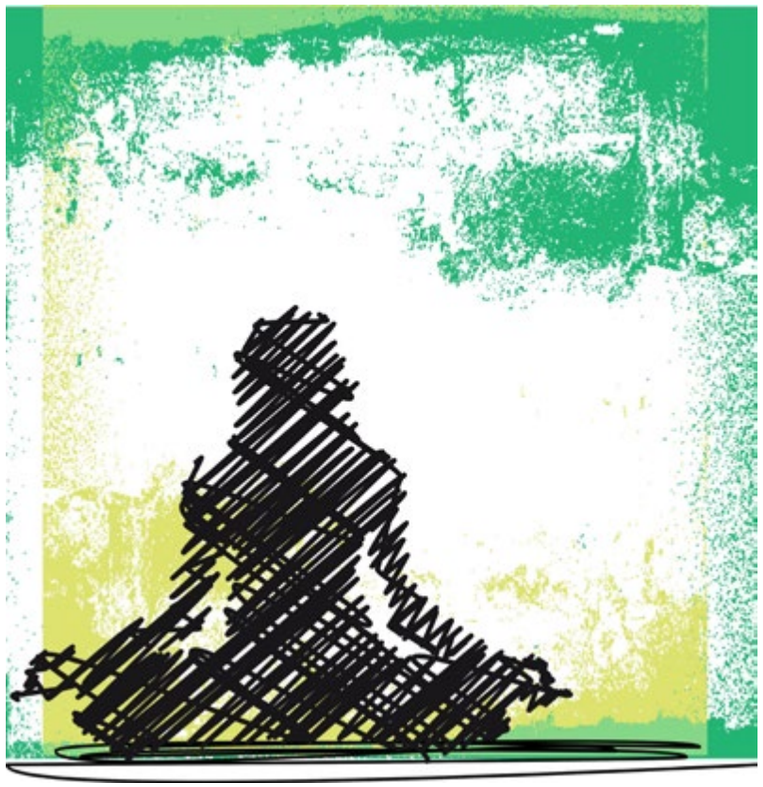
La Transformación Digital constituye una de esas fuentes seguras de stress en la organización. Máxime si viene motivada por una necesidad de supervivencia ante la aparición de nuevos modelos de negocio, de fuerte componente digital, que ponen en cuestión la rentabilidad de nuestra empresa

En cuanto a la Transformación Digital, su actualidad se sustenta, al menos, sobre dos pilares. En primer lugar, el ámbito de las creencias. Los responsables de las organizaciones, a nivel mundial, creen en la realidad de la Transformación Digital. Según el reciente estudio de Accenture Strategy, Digital disruption: The growth multiplier, el 82% de los directivos está convencido de que sus organizaciones se convertirán en negocios digitales en un plazo de 3 años. El segundo apoyo lo aporta la economía. El mismo estudio citado estima un incremento del volumen de negocio mundial de 2 billones de dólares para 2020, debido a la economía digital. En España, para entonces, el negocio digital podría superar el 20% del PIB. Una oportunidad demasiado grande como para dejarla escapar,

¿Dónde pueden confluir ambos conceptos, Mindfulness y Transformación Digital? De igual forma que Mindfulness puede ayudar a las personas en la gestión de su stress, puede ser útil para las organizaciones, para gestionar el suyo, en particular, al afrontar su Transformación Digital.

San Ignacio de Loyola recomendaba: “en tiempos de tribulación no hacer mudanza”. Los cambios constituyen una potencial fuente de stress. Los cambios, además, realizados en el marco de coyunturas difíciles, suponen una segura fuente de stress.

La Transformación Digital constituye una de esas fuentes seguras de stress en la organización. Máxime si viene motivada por una necesidad de superviven-



cia ante la aparición de nuevos modelos de negocio, de fuerte componente digital, que ponen en cuestión la rentabilidad de nuestra empresa.

¿Cómo nos puede ayudar Mindfulness en ese contexto? Podemos orientar un posible camino, atendiendo a los siete soportes para la práctica Mindfulness, identificados por John Kabat Zinn en su obra básica sobre Mindfulness, Vivir con plenitud las crisis (Full Catastrophe Living):

Mente de principiante

Los prejuicios sobre lo que creemos que sabemos nos pueden impedir ver las cosas como realmente son. De la misma forma, a la hora de abordar la Transformación Digital, el análisis de necesidades internas (procesos) y externas (clientes), puede verse alterado significativamente por esas ideas preconcebidas. En ese momento es esencial "desaprender", abordar la Transformación como si se tratara del start-up de una organización totalmente nueva, aprendiendo de su entorno.

Paciencia

Se dice que la "paciencia es una forma de sabiduría". Ser conscientes del tiempo que requiere la ejecución de un proceso hasta producir los resultados apetecidos es una de las claves del éxito en su desarrollo. No se puede reducir el tiempo de un embarazo a 1 mes, empleando a 9 mujeres en ello. Se debe entender la naturaleza de los procesos de Transformación a llevar a cabo, tener paciencia con ellos y no tomar atajos que conduzcan a calles sin salida.

Confianza

Aunque siempre es tentador dejarse llevar por el prestigio y autoridad de un gurú, espiritual o del mundo del management, es preciso desarrollar la confianza en uno mismo y seguir un camino propio. Así, una organización que afronte una Transformación deberá encontrar su propia vía, sin ceder a esa tentación de simplemente imitar casos de éxito. Además, así se propicia el fortalecimiento de la autoestima y la motivación del personal involucrado.

Aceptación de lo que es

Observar y sentir las cosas tal y como son en el presente. No anticipar el resultado de los cambios, la visión hacia la que nos encaminamos, como sustituto de la realidad. Las organizaciones establecen un ideal objetivo en su Transformación. Pero, no sólo para llegar a él, sino también previamente para establecerlo, la organización debe aceptar como son, ella y su entorno, en el presente.

Ser conscientes del tiempo que requiere la ejecución de un proceso hasta producir los resultados apetecidos es una de las claves del éxito en su desarrollo

No obsesionarse con lo que debe ser. Es un complemento directo del soporte anterior y que puede resultar incluso inquietante. Se puede tomar como ejemplo el propio programa MBSR. Allí, se pide a los alumnos que, al inicio del mismo, escriban los tres objetivos principales que les han motivado a cursarlo y sobre los cuáles quieren trabajan durante el programa. Entonces, para sorpresa de esos alumnos, se les dice que deben olvidar tales objetivos, que no se orienten a ellos durante la realización del programa. No obsesionarse con lo que debe ser, centrarse en lo que es. De igual forma, las organizaciones que afrontan su Transformación Digital, si bien habrán establecido unos objetivos para el proceso, deberán, igualmente, "olvidarlos" durante su Transformación. Se trata de evitar que se conviertan en condicionantes

Aplicándolo a una organización, un enfoque Mindfulness para la Transformación Digital podría situarla en la mejor condición para abordar ese proceso

o en limitaciones. Se está evolucionando a un nuevo negocio, a un negocio digital, y, de acuerdo con la filosofía Mindfulness, el eje sobre el que se debe articular será el de lo que es, en lugar de obsesionarse con lo que debe ser.

Ceder

Kabat Zinn habla de dejar ir, de aligerar la carga. Se trata de no adherirse a ideas o experiencias anteriores que, realmente, no están aportando nada de valor. En su libro, Kabat Zinn cuenta una historia muy ilustrativa. En la India, para cazar monos, los cazadores usan un coco. Le practican un agujero lo suficientemente grande para el que el mono pueda meter la mano a través suyo. Luego atan el coco a la base de un árbol y ponen dentro un plátano. El mono se encuentra el coco y mete la mano para coger el plátano que hay dentro. Al tratar de sacarlo comprueba que no puede. El agujero deja pasar la mano abierta, pero no el puño cerrado. Todo lo que tiene que hacer el mono para liberarse es soltar el plátano. Pues, al parecer, la mayoría de los monos no ceden, no dejan ir el plátano y quedan, así, atrapados en una trampa ficticia. De igual manera, las organizaciones necesitan identificar cargas artificiales, obstáculos para la Transformación ficticios, y cederlos, dejarlos ir.

No juzgar

En la meditación, nada más comenzar la contemplación de nuestra mente, surgen inevitables juicios de valor que enturbian la propia observación. Así puede ocurrir también cuando las organizaciones abordan su análisis de situación, previo a la Transformación. Esos juicios, esas ideas que surgen en torno a lo observado pueden empañar completamente la imagen actual de la organización. Así se enturbian el punto de partida y las capacidades sobre las que desarrollar la nueva organización. Es muy importante detectar esos juicios y valoraciones, a medida que vayan surgiendo, para poder diferenciarlos de la propia situación que está siendo analizada. Sobre todo, desechar las ideas de impotencia o imposibilidad de la transformación. Muchas veces puede no ser más que resistencia a abandonar la zona de confort.

No hay receta mágica para el éxito en la Transformación Digital. No hay garantía de beneficio al aplicar Mindfulness. Sin embargo, el éxito patente de esta práctica, tanto en el ámbito terapéutico como en otros múltiples campos, la convierte en una vía a explorar. Mindfulness puede “poner en forma” la mente para, entonces, hacer que esté en las mejores condiciones para afrontar lo que se proponga.

Aplicándolo a una organización, un enfoque Mindfulness para la Transformación Digital podría situarla en la mejor condición para abordar ese proceso. En definitiva, se trata de que la organización sea plenamente consciente de su realidad durante este exigente viaje. Pues hablamos de Transformación, no de mero cambio. De llegar a una nueva organización, no de sólo cambiar determinados aspectos de la actual. Ante tan radical reto, la organización debe tener la mente en plena forma.

Enlaces relacionados

- Mindfulness
- Sobre Transformación Digital.
- Digital disruption: The growth multiplier, Accenture Strategy.

Creando contenido efectivo, convierte visitantes anónimos en leads

Juan Merodio
Experto en Marketing 2.0, Redes Sociales y Web 2.0

Uno de los principales expertos en España en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0. Ponente habitual en congresos de reconocido prestigio internacional así como profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades, entre las que destacan la Rey Juan Carlos, Cesma o el Instituto de Empresa.

Seguro que cuando miras las estadísticas de tu web ves cientos o miles de visitas, pero ¿cuántas de ellas se convierten en clientes? Si el 0,5% lo hicieran, ¿sería un buen dato para tener en cuenta? Por supuesto, que lo sería.

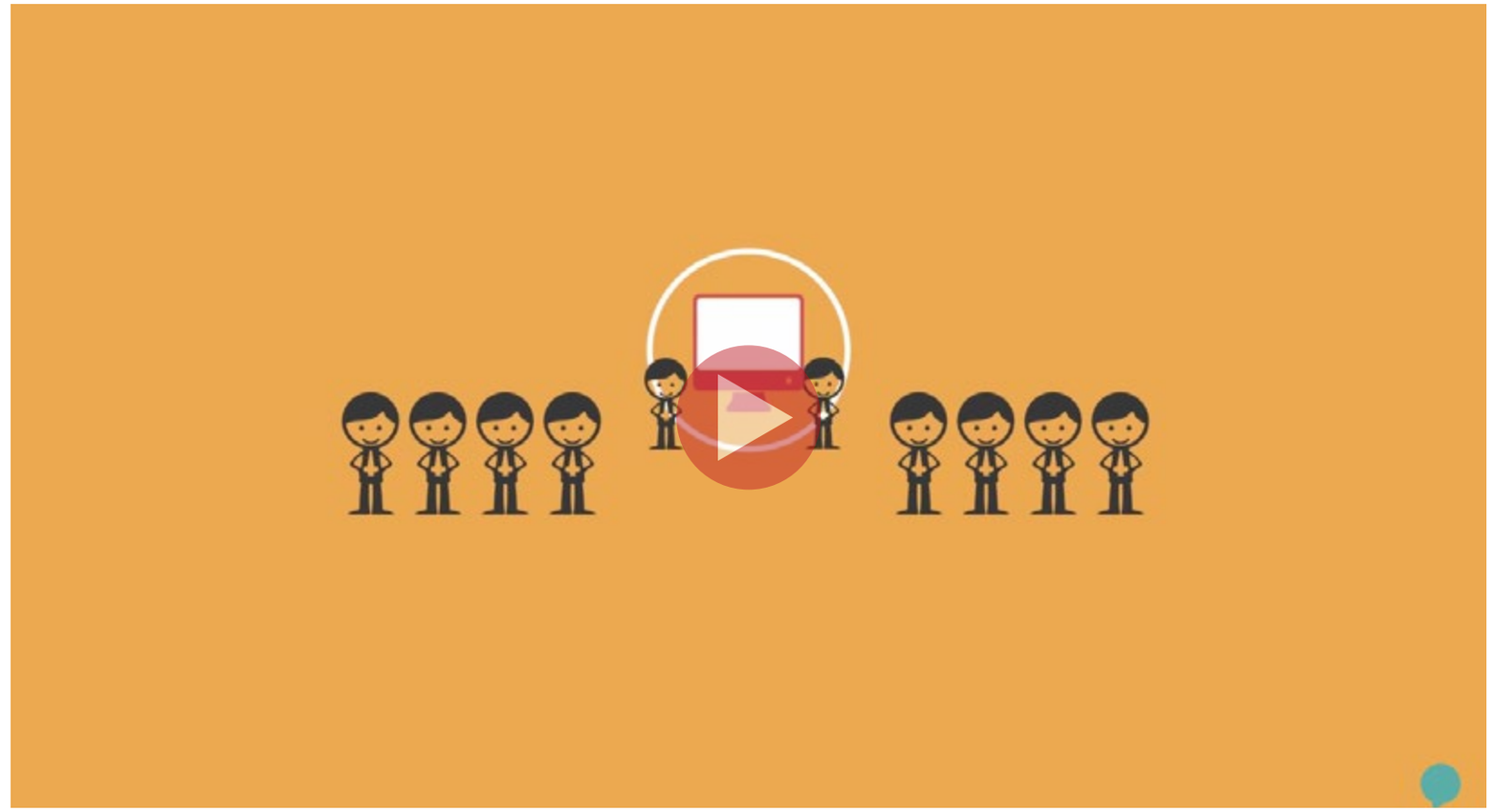
Pero, para conseguir esto, lo primero debes crear una estrategia de contenidos que unida a otras acciones de marketing te permita crear el contexto adecuado para convertir a cliente.

El primer paso es pasar a un usuario de ser un visitante anónimo de tu web a un lead o dato de potencial cliente. ¿Esto se consigue vendiendo directamente? Obviamente, no. Debes primero darle algo, ayudarle, demostrarle que realmente te

Lo primero debes crear una estrategia de contenidos que unida a otras acciones de marketing te permita crear el contexto adecuado para convertir a cliente

Wistia, un caso de éxito

Clicar para ver el vídeo



Qué es el marketing de contenidos

Clicar para ver el vídeo

preocupas por él y que quieres darle algo más que una simple venta.

El contenido aquí es clave, ya sea a través de un blog, un ebook o cualquier otro canal. Todo dependerá del tipo de empresa, de producto y usuario al que te diriges. Pero para crear una real conexión, el contenido necesita de emoción ya que somos seres emocionales. Lo racional por si solo no engancha, necesitas ponerle ese punto de emoción, de conexión humana, humanizar tu empresa facilitando esa conexión humano-marca, pero percibiendo que esa marca es también humana, porque la crean las personas que hay detrás, de ahí la importancia de estrategias de endomarketing.

¿Por qué para conocer mejor a tu cliente antes de pedirle que complete una encuesta (que la verdad a nadie le gusta rellenar), le pones un poco de emoción para crear conexión humana y mejorar los ratios de respuesta de la encuesta? En el vídeo puede verse lo que hizo la empresa WISTIA para conseguirlo, y por supuesto lo consiguió.

Piensa en esta frase a la hora de crear contenido: "Cuanto menos intentes vender tu contenido, mejor funcionará para convertirlo a clientes" Hablamos de la teoría de la reciprocidad, da algo para recibir algo.

Enlaces relacionados

Endomarketing digital.

Dirección eficaz de estrategias de captación de clientes en internet. El SEO Social

Alberto Alcocer
CEO en SocieTIC Business Online

Alberto Alcocer es CEO en SocieTIC Business Online, Agencia de Marketing Online y Comunicación 2.0. Es consultor, formador y ponente en estrategia en internet y marketing online y participa como docente en programas Master, MBA y Postgrado en E-marketing y Estrategia en Internet a nivel nacional.

Llega la hora de la verdad. La transformación digital ha entrado con fuerza en nuestra empresa y, como directores del departamento de marketing, tenemos la necesidad de impulsar la actividad comercial offline y online para alcanzar los objetivos establecidos.

¿Qué podemos hacer para conseguir visibilidad en el canal online, llegando de una forma eficaz a nuestros potenciales clientes y consiguiendo resultados reales?

Internet es un entorno sencillo, pero, a la vez, complejo, pues hay múltiples variables que necesitamos conocer antes de lanzar una estrategia enfocada a la consecución de clientes. El primero, siempre, es Google. Nuestro querido (y a veces odiado) buscador marca ya antes de empezar una serie de recomendaciones a seguir, que nos van a permitir aparecer en la primera página resultados cuando un usuario haga una búsqueda de un producto o servicio similar a los nuestros.

La segunda, siempre, es la persona final o usuario. Si nos ha encontrado en Google y ha entrado en nuestra web o tienda online, tenemos que conseguir que salga de la misma convertido en cliente. De lo contrario, estaremos perdiendo eficacia comercial y, si es una tendencia que se repite mucho (muchas visitas, pero pocas ventas), la respuesta es de manual: hay problemas en la web, por algún motivo no se está consiguiendo la venta.

Por eso, siempre el primer paso a la hora de trabajar para conseguir ventas en internet es tener un sitio web o tienda online perfecto. Sencillo pero eficaz, atractivo pero serio y en el cual todos los procesos enfocados a la venta funcionen perfectamente. A partir de aquí, comienza la estrategia.

¿Cómo funciona la estrategia de SEO Social?

El SEO Social es una estrategia de marketing online enfocada a la captación y la venta que trabaja a partir de la combinación de 4 canales principales: posicionamiento SEO, marketing de contenidos, redes sociales y mail marketing. Su eficacia es muy alta y el porcentaje de conversión muy adecuado, siempre que se realice de forma eficaz.

Trabajando el SEO para el SEO Social

La base del posicionamiento en el SEO Social no habla de grandes campañas ni acciones, sino que se basa en un punto concreto: determinar cuáles son las mejores palabras clave para conseguir el éxito en Google. Recordemos que palabras clave son aquellos términos que definen aquello a lo que se dedica la empresa y que, a la vez, son palabras buscadas por los usuarios.

Por ejemplo, para este sector del marketing online, podríamos definir palabras como “marketing online, marketing digital, empresas de marketing online, servicios de marketing online, marketing online para empresas”...

Lo ideal es definir un listado amplio pensando en que cada usuario busca de una forma distinta, por lo que necesitaremos adaptarnos a las mayores búsquedas posibles para ir creciendo y mejorando en Google.

El marketing de contenidos o blog en la empresa

El marketing de contenidos es el verdadero epicentro del SEO Social, pues es el canal que bien coordinado permite llegar a los usuarios (los que nos van a comprar) a través de las búsquedas en Google (el posicionamiento).

La mecánica es relativamente sencilla. Es más que recomendable trabajar el blog de la empresa publicando contenidos de forma periódica (preferiblemente, 1 o 2 a la semana) que estén muy adaptados al posicionamiento, esto es, que muchas de las palabras clave que hemos definido anteriormente aparezcan en este post o contenido. De esta forma, podremos aparecer en Google con un contenido de interés para el usuario, que, de una forma u otra, puede influenciar directamente la venta.

El marketing de contenidos es el verdadero epicentro del SEO Social, pues es el canal que bien coordinado permite llegar a los usuarios a través de las búsquedas en Google

Los puntos más importantes a trabajar: post de calidad, que aporte un valor real al usuario, y que incluya las palabras clave en los sitios adecuados. Y, por supuesto, la extensión del post, puesto que cuanto más largos sean, mejor tanto para Google como para los usuarios.

Las redes sociales. Estrategia de social media marketing

Las redes sociales cumplen la función de la difusión y la creación de la imagen de marca para la compañía en internet dentro del SEO Social. El volumen de usuarios que hay ya en las redes sociales las hace más que deseables para que podamos comunicar nuestros post,

La base del posicionamiento en el SEO Social no habla de grandes campañas ni acciones, sino que se basa en un punto concreto: determinar cuáles son las mejores palabras clave para conseguir el éxito en Google

noticias de empresas, eventos y demás, llegando a un público susceptible de poder comprar nuestros productos o servicios.

Importante: las redes sociales NO venden, pero sí son capaces de influenciar las decisiones de compra, por lo que uno de los objetivos que tendremos que medir desde dirección de marketing, es la cantidad de tráfico que estamos consiguiendo redirigir desde las redes sociales hasta la web.

Y, ¿qué redes sociales debemos trabajar? Pues muy fácil, aquellas en las que esté nuestro público objetivo. Y deberemos trabajarlas de forma intensiva, 10 tweets y 5 publicaciones en Facebook a la semana no servirán de nada si no hay una estrategia de comunicación detrás bien diseñada.

Email Marketing. Cerrando el círculo del SEO Social

El Email marketing es, en la actualidad, el canal de marketing online que mejores resultados está teniendo. Quizá el motivo de esto es que podemos dirigirnos de forma directa a una masa crítica de usuarios que voluntariamente nos ha dejado su mail.

¿Cómo lo hacemos? Pues desde el mismo blog, igual que antes, colocando algún banner o indicador que le permita al usuario dejarnos su mail para que le enviemos todo este canal. Solo nos queda hacer el envío, siempre de forma periódica y continuada, enviando información de valor (también comercial) pero sin llegar a ser intrusivos, o de lo contrario nos calificarán como SPAM.

En nuestro trabajo hemos implantado esta estrategia en empresas de todos los tipos (tiendas online, bodegas, fabricantes, distribuidores, venta de servicios…) y siempre los resultados han sido muy positivos. Además de empezar a conseguir más ventas y clientes, se ha conseguido aumentar el tráfico web, mejorando la visibilidad en los buscadores y la relevancia de la empresa como marca en las redes sociales.

Enlaces relacionados

- SEO social combinando posicionamiento en redes sociales y contenidos
- Planificador de palabras clave
- Guía completa sobre estrategia de contenidos en redes sociales

5 opciones para entrenar en la hora de la comida

Alberto Lázaro
Personal Trainer Manager en Benefits Body Mind
Blog Entremaniento personal, entrenamiento funcional

Su carrera profesional se inicia en 2001, habiendo trabajado en algunos de los mejores centros deportivos de la Comunidad de Madrid, como especialista en entrenamiento funcional y últimas tendencias. Alberto aparte de entrenador personal, es desde hace ya varios años formador de entrenadores y ponente en cursos y seminarios enfocados a "Entrenamiento personal y salud".

Es más que probable que hayas pensado en más de una ocasión en empezar a hacer algo de deporte, pero una de las excusas más frecuentes ante esta estupenda idea es "no tengo bastante tiempo". Bien es cierto que en nuestro día a día el tiempo es oro y parece que cada vez tenemos más obligaciones, pero cuidarte es una prioridad y en este artículo te voy a dar varias opciones para que puedas hacerlo.

Si en tu trabajo dispones de 1 hora de descanso para la comida, seguramente uses unos 20 minutos en comer y el resto lo emplees en entrar en redes sociales, navegar por internet, fumarte un cigarrillo, charlar con algún compañero o compañera… en fin, tareas poco productivas que de nada van a ayudar a tu salud. Yo te recomiendo que, al menos, 3 veces a la semana (para

Te recomiendo que, al menos, 3 veces a la semana, para no forzar, emplees el tiempo que te "sobra" para hacer algo de ejercicio

Un paseo de 20 a 30 minutos, una actividad sencilla, que, si la haces a buen ritmo, no solo te hará mejorar a nivel cardiovascular, sino que te ayudará a quemar calorías

no forzar) emplees el tiempo que te "sobra" para hacer algo de ejercicio, y te voy a plantear varias opciones, ordenadas de menos a mayor intensidad, con una breve descripción de cómo y cuándo usarlas.

- **1º. Una sesión de estiramientos,** una actividad de muy baja intensidad que puede hacer todo el mundo, independientemente de su forma física. Ideal para relajar la musculatura, puedes hacerla un par de veces a la semana, no vas a sudar y además te ayudará a relajarte de la tensión que genera la jornada de trabajo.
- **2º. Un paseo de 20 a 30 minutos,** una actividad sencilla, que, si la haces a buen ritmo, no solo te hará mejorar a nivel cardiovascular, sino que te ayudará a quemar calorías. Puedes hacerlo sin problema tantos días como quieras, verás como, poco a poco, te encuentras cada vez mejor. Siempre digo que caminar es el mejor deporte.
- **3º. Nordic Walking**. Esta actividad cada vez más de moda, es un poco más compleja que dar simplemente un paseo, ya que debes combinar el movimiento de las piernas, con el de los brazos para usar los bastones. Algo más intensa, te recomiendo que la inicies una vez que los paseos tradicionales se queden cortos, o combinándola con ellos. Recuerda su nombre, Nordic Walking.
- **4º. HIIT.** Ya sabes, High Intensity Interval Training, entrenamientos a intervalos de alta intensidad. Bien es cierto que los puedes realizar en poco tiempo de forma efectiva, pero debes tener en cuenta que hay que estar en forma para poder hacerlos bien. Además, cuentas con la posibilidad de incluir ejercicios de los llamados calisténicos, que, al no depender de material, facilitan que puedas hacer tu sesión de entrenamiento en cualquier parte.
- **5º. Tabata.** Esto sí que es aprovechar el tiempo. Este sistema de entrenamiento permite entrenar el cuerpo en sólo 4 minutos, realizando 8 series de 20 segundos cada una, alternadas con sólo 10 segundos de descanso.

79 ejercicios calisténicos

Clicar para ver el vídeo

Como bien puedes imaginar, la intensidad es la más alta de las posibilidades que te planteo, así que no abuses de este sistema.

Ya ves la cantidad de cosas que puedes hacer con el tiempo que te sobra en la hora de la comida, ahora es cuestión de empezar a cuidarse.

Enlaces relacionados

- Diez estiramientos que no pueden faltar
- Levántate y anda
- Nordic Walking
- Sesión HIIT quemagrasas
- Ejercicios calisténicos
- Método Tabata

Conoce la actualidad IT en IT Televisión

Informativos

Todos los viernes, te ofrecemos las principales noticias del sector TIC en nuestro Informativo IT.

Diálogos IT

Descubre en estas entrevistas las últimas tendencias IT y las estrategias de los principales actores del mercado.

Empresas IT

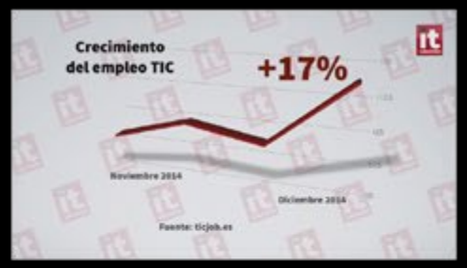
Ve el vídeo Oracle Digital Journey y conoce cómo las empresas pueden enfrentarse a los nuevos desafíos digitales.

El lado no IT

Porque los profesionales de las TI también tienen su lado humano, lo descubrimos en este test personal. ¿Te atreves a contestarlo?

IT User

Reportajes y vídeos de actualidad y novedades de tecnología para los usuarios profesionales de TIC.



¡Suscríbete a nuestro canal!

Gestión de clientes para aumentar los Beneficios:

Analytics, Marketing y Sentido Común

Ramón Gimeno
Directivo Marketing TIC. Consultor. Profesor

Ramón comenzó su andadura profesional en Bratislava en una compañía de desarrollo de software y consultoría que pertenecía al grupo Unión Fenosa. Ha desempeñado cargos directivos tanto a nivel nacional como internacional en compañías como el Grupo Antena 3 TV, SAS y Huawei Technologies. Ha sido Profesor de Marketing en la Universidad Complutense de Madrid. Es Senior Global Management Program por la Universidad de Chicago, Master en Dirección de Marketing por la IE Business School, Diplomado en Management Research por la Universidad de Harvard y Licenciado en CC. Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid.

A todos nos suenan ciertos hallazgos de marketing basados en la aplicación de nuevas tecnologías que las compañías de consultoría, los fabricantes de software empresarial, las escuelas de negocios y algunos profesores universitarios hemos repetido en artículos, libros y conferencias en las últimas dos décadas.

¿Quién no ha oído que retener a un cliente cuesta 8 o 9 veces menos que adquirir uno nuevo? ¿O que el 10-20 % de los clientes generan el 80% de los beneficios de una empresa?

El propósito de este artículo no es desmentir per sé estas afirmaciones sino, con ayuda de los resultados de investigaciones recientes en el área de Marketing, utilizando técnicas analíticas y bastante sentido común, tratarlas de forma más detallada para que podamos darnos cuenta de que se trata de generalizaciones, que, pudiendo ser ciertas en muchos casos, no lo son en todos, lo que podría llevar a error a muchos

Suele ser cierto que el 10-20 % de los clientes generan el 80% de los beneficios de una empresa, pero lo que es menos conocido es que muchos clientes destruyen valor, es decir, la empresa tendría beneficios mucho mayores si no tuviese a esos clientes

Habrá clientes muy valiosos para la empresa, en los que merezca la pena hacer un importante esfuerzo de retención y otros con valor negativo a los que sería un grave error dedicar costosas campañas de retención

directivos a la hora de asignar sus recursos, tanto de presupuesto de marketing, como de presupuesto TIC para el área de marketing.

En primer lugar, retener a ciertos clientes no solo no es rentable, sino que puede generar pérdidas importantes para la empresa. ¿Por qué?

Pues por una razón muy sencilla. Suele ser cierto en efecto que el 10-20 % de los clientes generan el 80% de los beneficios de una empresa, pero lo que es menos conocido es que muchos clientes destruyen valor, es decir, la empresa tendría beneficios mucho mayores si no tuviese a esos clientes.

Para poder entender mejor hasta qué punto esta afirmación puede ser cierta, usamos el concepto de Valor de Ciclo de Vida del Cliente (Customer Lifetime Value o CLV) que consiste en la suma del valor esperado de todos los ingresos que generará la empresa a lo largo de la duración estimada de su relación con un cliente menos el coste de adquisición y retención de dicho cliente, menos el coste de servir a dicho cliente por los distintos canales...

Ese valor será diferente para cada cliente en función de distintas variables (volumen de facturación, canales por los que compra, coste de adquisición, coste de retención, coste de servirle por los canales que usa para

contactarnos) y habrá clientes muy valiosos para la empresa, en los que merezca la pena hacer un importante esfuerzo de retención y otros con valor negativo a los que la empresa no puede "despedir" en el caso de que fuese legal por posibles daños reputacionales o de boca oreja negativos, pero a los que sería un grave error dedicar costosas campañas de retención.

De igual forma, a medida que la empresa va conociendo mejor los segmentos de clientes que le reportan altos valores positivos, podrá centrar en estos segmentos sus principales esfuerzos (y presupuestos de marketing) de adquisición.

Ahora volvemos sobre la afirmación anterior: "Retener a un cliente cuesta 8 o 9 veces menos que adquirir uno nuevo". Vemos que es una afirmación que podía ser cierta como generalización cuando fue formulada por Frederick Reicheld en los años noventa, pero que a medida que vamos pudiendo conocer, gracias a las técnicas y soluciones analíticas los componentes del Valor del Ciclo de Vida del Cliente, vemos que hay distintas casuísticas en la empresa para cada tipología de cliente:

Por ejemplo, retener a un cliente con valor de ciclo de vida negativo será mucho más caro que adquirir un cliente con valor de ciclo de vida positivo.

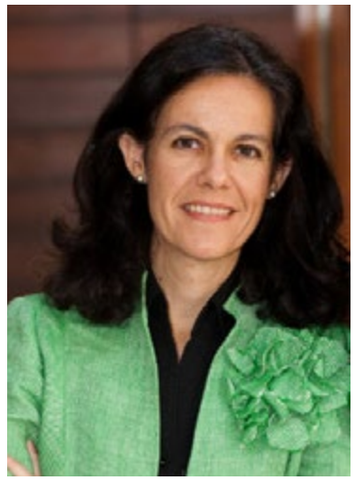
Cierto es que adquirir un cliente con valor de ciclo de vida negativo es una doble pérdida: la del coste de oportunidad de haber usado ese dinero para atraer a un cliente rentable más todo el dinero que pierda la compañía con ese cliente a lo largo de su ciclo de vida.

De esta forma, nos vamos dando cuenta de que cuanto más sabemos, más tenemos que matizar y menos generalizaciones (a menudo muy convenientes en presentaciones comerciales, de marketing y consultoría) podemos hacer.

Por tanto, conocer el Valor del Ciclo de Vida de cada cliente o segmento es clave para una asignación óptima de los presupuestos de marketing de Adquisición y Retención, maximizando los beneficios para la empresa.

Enlaces relacionados

- V. Kumar
- American Marketing Association



Cinco talentos que caracterizan a los CIO de la era digital

Marta Díaz Barrera
Consultora Transformación Digital y Asesora de Talento, y fundadora y CEO de Talentoscopio
@MartaDzBarrera

Marta Díaz Barrera ha desarrollado su carrera en multinacionales americanas y francesas en entornos de innovación, donde ha ocupado puestos de gestión y dirección. Desde el año 2000 está creando y cohesionando equipos en el sector tecnológico, e-commerce y el ámbito social. Es consultora de Transformación Digital y CEO de Talentoscopio. Profesora en Escuelas de Negocio. Jurado de Premios y colaboradora en medios de comunicación.

Las empresas viven un momento de importantes decisiones, retos, cambios y Transformación. La aparición de tecnologías avanzadas como Internet de las Cosas (IoT) e Internet de Todo (IoE), la robótica, la nanotecnología y la impresión 3D, están dando entrada a una revolución en los hábitos y costumbres de los usuarios y clientes. Satya Nadella CEO de Microsoft, lanzaba una cifra reveladora: "estamos conectados con una media de 45 dispositivos cada día".

En este escenario, los roles que jugamos cada uno de nosotros a nivel profesional, se ven claramente afectados, sobre todo desde que hemos caído en la cuenta de que los CIO no liderarán la Transformación digital en solitario, sino que la involucración de otros perfiles que apoyen, impulsen y asuman los retos de la nueva era, será fundamental. Por "otros perfiles" me refiero a los responsables del Marketing digital, a los Científicos de Datos y, por supuesto, al CEO, de quien debe partir el deseo y el compromiso real de llevar a cabo un proceso de Transformación digital.

Con este contexto ya como una realidad, los CIO digitales presentan una serie de talentos y habilidades que les diferencian de los CIO tradicionales.

ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR Y ÁGIL. La expectativa es que el CIO digital salga de su zona técnica en la que son profesionales con gran experiencia acumulada en la materia, para ahora, abordar las cuestiones de negocio que se tratan en los Consejos.

Esto implica abrir el espectro de sus funciones y ofrecer un enfoque más flexible, centrado en generar y desarrollar la mejor experiencia de usuario.

De este perfil se espera que trabaje codo con codo con otras áreas con las que hasta el momento ha teni-

do poca relación, como pueda ser por ejemplo con el área de Marketing. Es decir, que estos dos roles lleguen a hablar el mismo idioma, adoptando el Marketing digital competencias técnicas y viceversa, de forma que ambos entiendan mejor al usuario y manejen los mismos plazos.

CAMBIO DE RUMBO EN LA CARRERA PROFESIONAL. La presencia a la que aludía en el punto anterior, del CIO digital en los Consejos, no es suficiente ni excluyente. De hecho, un estudio de EY revela que solo un 17% de los CIO actuales de todas las industrias tienen una posición en el Consejo. Aumentar esta cifra pasa por desarrollar una carrera que muestre inclinación hacia el negocio y hacia los ejes estratégicos de la empresa. El rol del CIO debe estar preparado para responder a dos preguntas directas: "¿cómo transformar la empresa?" y "¿cómo implantar dicha Transformación implicando a las demás áreas del proyecto?". La siguiente reflexión nos lleva directamente a la formación y al autoaprendizaje como cambios visibles que traerán consigo oportunidades de re orientación en la carrera de los CIO.

ADOPCIÓN DE NUEVOS TALENTOS Y COMPETENCIAS. La capacidad para innovar y el hecho de dar soluciones diferentes a los problemas que puedan surgir, serán elementos inherentes a la figura del CIO. Sin embargo, estos deberán complementarse con la visión avanzada de negocio y la anticipación (que está demostrando ser tan necesaria en estos tiempos), así como con las dotes de liderazgo y creatividad (esta última, hasta ahora no se solicitaba en los perfiles de enfoque técnico).

Las nuevas competencias nos sirven de punto de partida para plantearnos reflexiones como la siguiente: "¿cuáles son los roles principales del CIO en la Transformación de los negocios?".

UN NETWORKING MÁS COMPLETO. Solos no es posible llegar lejos, de ahí la necesidad lógica de apoyarnos en otros y de contar con una red de contactos de calidad. El networking es desde mi punto de vista, un arte que conlleva relaciones bilaterales entre dos o más partes para la búsqueda de un beneficio mutuo. Es vital que la red del CIO digital esté formada por el equipo que trabaja en el proyecto, si bien el verdadero "componente extra" sería que además dicha red la compusieran analistas del mercado, clientes y medios de comunicación (¿por qué no?).

DATOS Y MÁS DATOS. La aparición en escena del nuevo perfil del Chief Data Officer, ha hecho tambalear la figura del CIO en algunas empresas. Personalmente, opino que pueden convivir siempre que existan la actitud y apertura de mente adecuadas. Es cierto, además, que resulta esencial que el CIO conozca qué tipo de datos se manejan y cuáles son importantes, al tiempo que el CDO a su vez, conozca la labor del CIO. En cualquiera de los casos la clave reside en la Transformación del modelo de negocio y en permitir que el equipo participe más en la toma de decisiones estratégicas de cara a desarrollar el negocio digital.

La innovación, la mejora continua, el foco en la experiencia de cliente, así como la velocidad hoy exigida a los e-líderes ya no son una elección. Se han convertido en una necesidad en la era digital.

Los CIO digitales presentan una serie de talentos y habilidades que les diferencian de los CIO tradicionales

Los CIO no liderarán la Transformación digital en solitario, sino que la involucración de otros perfiles que apoyen, impulsen y asuman los retos de la nueva era, será fundamental

Enlaces relacionados

Satya Nadella

De profesión: científico de datos

Privacidad: ¿Dónde van nuestros datos?

Lorena P. Campillo
Abogada especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías

Hace cinco años el mercado de la privacidad tenía ya un volumen de negocio de 600 millones de dólares solo en términos de productos de consumo basados en geolocalización. El ciudadano opera en este ámbito de mercado dando consentimiento -contractualmente- a las empresas – también extranjeras- sin prácticamente leer las condiciones de privacidad. El principio "pay por privacy", que permite monetizar la información personal, deja al consumidor indefenso en tanto que prefiere no pagar por un servicio facilitando sus datos que preocuparse por dichas condiciones y términos.

Lorena P. Campillo es licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III y abogada ejerciente especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías. Máster en Abogacía Digital y de las NNTT por la Universidad de Salamanca. Miembro de Enatic (Asociación abogados expertos en NNTT). Miembro de Club de emprendedores UC3M y jurado de los premios sello de excelencia. Socióloga especialista en cambios sociales de la era Digital. Colaboradora en despachos internacionales.

El mayor problema es el desequilibrio en la relación contractual y, en especial, en la escasa facultad negociadora del usuario. Ahora bien, cambia... la suerte del ciudadano con los actuales cambios legislativos, si, por... Si, por ejemplo, respecto del asunto Facebook-Whatsapp y el intercambio del comercio de datos personales, se impusiera el deber de información del usuario y la necesidad de un nuevo consentimiento. Y es que cuando los usuarios descargan Apps -cuyas empresas tienen sus datacenter en el extranjero- no saben que la ley de tratamiento de sus datos no es la misma que la de nuestro país y, por tanto, desconocen si pueden denunciar o no, o si están protegidos de alguna forma.

Jan Philpp Albrecht (P.E.) dijo en 2013 que "los usuarios deben estar informados sobre lo que ocurre con sus datos, ellos deben dar su consentimiento al procesamiento de datos o rechazarlo", y pensó en un plan que garantizara a los usuarios de motores de búsqueda y redes sociales, el control de los datos personales que "vendían" a los anunciantes. Quién sabe si fue el preludio del actual Reglamento Europeo de Protección de datos.

La importancia de la privacidad

Clicar para ver el vídeo

La tutela de la privacidad de los ciudadanos antes era un punto de llegada, ahora es un punto de partida, donde cada vez más se hace necesaria la tutela y protección de los derechos e intereses en juego en la sociedad digital y globalizada que vivimos

Llegados a este punto, cabe reflexionar si nosotros como usuarios podemos renunciar al derecho de la privacidad o no. Parece imposible renunciar a derechos de personalidad que fueron definidos como irrenunciables, imprescriptibles e inembargables, por lo que, a priori, la privacidad como derecho es IRRENUNCIABLE. Pero la realidad es que no dar la importancia justa a nuestros datos, no implica que estemos renunciando al derecho fundamental de la privacidad. Lo que rechazamos, en verdad, es nuestra "libertad" en la era digital. Esa libertad tiene un precio. La defensa de la privacidad debe recordarse que se encuentra vinculada a su función social, pero también a la libertad y la dignidad de la persona, y, consecuentemente, se deben poner unos límites. Tampoco podemos decir que el Big Data que conocemos hoy no sea compatible con la privacidad. Ambos pueden coexistir. En todo caso, lo que resultaría inadmisible es el uso inadecuado de la tecnología utilizada. ¿Dónde podemos encontrar una posible solución?

Quizá la encontramos dirigiéndonos hacia la idea de la privacidad como derecho de propiedad, donde se nos permitiera "monetizar" o dar valor a nuestra información. Al igual que si tratamos esa privacidad como un derecho de consumidor: ¿cómo desistir de la información que hemos otorgado? ¿Dónde denunciar la "cláusula abusiva" en la que no se me permite acceder a tal servicio si no vendo mi privacidad? Partimos de la base de que no solo somos titulares de derechos, sino consumidores de servicios "pay por privacy". Lo ideal sería una opción donde el propio usuario pudiera decidir qué tipo de datos concede. O, incluso, hacerlo de una manera anónima; por ejemplo, con un sistema de autentificación -como "Persona" que permitiera la conexión mediante un email y una clave, sin necesidad de incluir ningún dato personal.

Parece que "comercializar con nuestros datos" -a priori- puede tener una connotación bastante negativa, pero no hay que olvidar que al usuario puede que

La cuestión más complicada será entender cómo se regula el entramado de la privacidad en un entorno digital y globalizado como en el que vivimos

Big Data y Privacidad

Clicar para ver el vídeo

le interese sacrificar su privacidad. Pero lo que no se puede permitir es que esa "venta de datos" se estipule incumpliendo la normativa, o, lo que es peor, que se trate como si fuera el nuevo mercado clandestino del S. XXI. Es por ello que debe ser evaluado y vigilado.

La cuestión más complicada será entender cómo se regula el entramado de la privacidad en un entorno digital y globalizado como en el que vivimos.

El derecho fundamental de la privacidad se ha plasmado dentro del modelo europeo, no tanto como un derecho con obligaciones de mera abstención, sino con obligaciones dirigidas al responsable del fichero o tratamiento como base de garantía para la tutela del individuo.

Cuando se habla de privacidad con carácter internacional parece que situamos a EEUU como la "parte ganadora" y a UE como la "vencida". Los sistemas de privacidad son diferentes, de eso no hay duda. De hecho, veremos pronto si la nueva Patriot Act es compatible con el reglamento europeo. A priori ya está cuestionando la figura del DPO como experto obligatorio en materia de privacidad para todas las empresas, mientras que Europa se ha asimilado como un aliado para las empresas. Lo que es claro es que la protección de datos en Europa se unifica, desapareciendo las barreras y obstáculos de las 28 legislaciones, haciéndose más fuerte y sólida respecto a la estadounidense.

El escenario de economía digital basado en la privacidad promete resultar interesante, aunque, como todo, puede ser mejorable. Los expertos vemos como ideal un punto de vista más PROACTIVO que REACTIVO para el cumplimiento de la legislación, y no sólo eso, se necesitan soluciones funcionales y útiles, más allá de las que el Derecho positivo concede. Seamos más prácticos. Lo ideal es un compendio sencillo de manuales o directrices donde dejen de repetir el concepto de protección de datos y aborde de lleno el "cómo" proteger. Se debe insistir en los beneficios de las pautas obligatorias que expone el legislador, y para ello se deberá ofrecer una visión más cercana, directa y motivadora a las compañías, no tan castigadora. La privacidad es un grandísimo aliado de las empresas otorgando un gran valor extra de cara al mercado digital en su conjunto.

¿Y qué sucede con las transferencias internacionales de datos para el usuario final? Será necesaria la autorización previa de la Directora de la AEPD, salvo que se ampare en alguno de los supuestos de excepción previstos en el art. 34 de la LOPD. Por lo que, contestando a la pregunta, ya está todo dicho, puesto que, entre las

Privacidad y seguridad en la Red

Clicar para ver el vídeo

El derecho fundamental de la privacidad se ha plasmado dentro del modelo europeo, no tanto como un derecho con obligaciones de mera abstención, sino con obligaciones dirigidas al responsable del fichero o tratamiento como base de garantía para la tutela del individuo

excepciones, se encuentran el consentimiento y la relación contractual. Bastará un leve cambio en esas políticas de privacidad que nadie lee.

¿Se sanciona? Sí, pero puede que la facultad sancionadora nacional funcione poderosamente, como ya hemos visto en el caso de Google Spain, pero no deja de ser un largo, costoso y tedioso camino hasta que se obtiene la resolución, por lo que muchos ciudadanos desisten.

¿Y qué les ocurre a los gigantes como Google, actualmente? Con la conocida sentencia Safe Harbor, no solo las autoridades, la economía digital entera, el conjunto de las administraciones, cualquier empresa que aloje su web o sus datos en un proveedor afectado por la sentencia, necesitará saber a qué se está enfrentando. Los responsables de tratamiento de datos serán consecuentes. Países como España pueden ser muy contundentes en las sanciones y esto les ocasiona angustia. Actuar sin la autorización constituye una infracción muy grave de acuerdo con el art. 44.4.d de la LOPD. Así que los gigantes tendrán problemas.

Que los tribunales españoles tengan capacidad para decir que el responsable tiene la posición garante respecto de los derechos fundamentales de los afectados hace que los "gigantes" se echen las manos a la cabeza.

Conclusión

Lo deseable es que en el futuro se pueda ver a la privacidad como un derecho y no como una opción. El usuario tiene que poder luchar contra el uso indiscriminado e incontrolado del comercio de sus datos. La tutela de la privacidad de los ciudadanos antes era un punto de llegada, ahora es un punto de partida, donde cada vez más se hace necesaria la tutela y protección de los derechos e intereses en juego en la sociedad digital y globalizada que vivimos.

Además, las empresas deben ver a la privacidad como una aliada, y los legisladores tendrán que tener en cuenta que esta normativa no podrá dificultar al libre mercado, a las nuevas tecnologías y la innovación.

Enlaces relacionados

- W Dictamen sobre cuestiones de protección de datos en relación con buscadores adoptado el 4 de abril de 2008
- W Ley Orgánica de Protección de Datos 15/1999
- I Comisión Europea. Protección de datos personales.
- W Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Comunicado sobre Sentencia en el asunto C-362/14
- W Dictamen 05/2014 sobre técnicas de anonimización adoptado el 10 de abril 2014
- I Marcos de puerto seguro entre Estados Unidos y la Unión Europea y Estados Unidos y Suiza.

Analíticas aplicadas al empleado

El uso de analíticas aplicadas al empleado promete revolucionar la función de Recursos Humanos de las empresas. Estas analíticas están siendo utilizadas para incrementar la productividad del empleado, atraer el talento, medir la satisfacción del trabajador, analizar la rotación de la plantilla, entender cómo se comunican los equipos de alto rendimiento, identificar trabajadores con mayor influencia dentro de las estructuras informales de la organización...

Fernando Maldonado
Analista asociado a Delfos Research

Ahora las empresas poseen una gran cantidad de datos que provienen de todos los sistemas y comunicaciones utilizadas en la empresa por el trabajador; a las que presumiblemente se añadirá su propia sensorizacion mediante wereables, que combinadas con otras fuentes de información abren un mundo de posibilidades para impactar en el negocio ya sea tomando mejores decisiones como modificando comportamientos.

Los casos de uso proliferan, pero ya empiezan a distinguirse dos posibles enfoques. El primero es el análisis que busca la mejora en el rendimiento individual del trabajador; por ejemplo, incrementar su productividad. El segundo, aquel dirigido a inferir cómo trabajan grupos de empleados para mejorar el funcionamiento de la organización en su conjunto; por ejemplo, identificar la forma de trabajar de grupos con alto rendimiento.

Análisis del empleado: mejoras marginales en el trabajador

Ahora las empresas pueden analizar el impacto de cambios en el entorno del trabajador o en aspectos específicos de su actividad para mejorar su rendimiento. Para ilustrarlo consideremos los siguientes ejemplos:

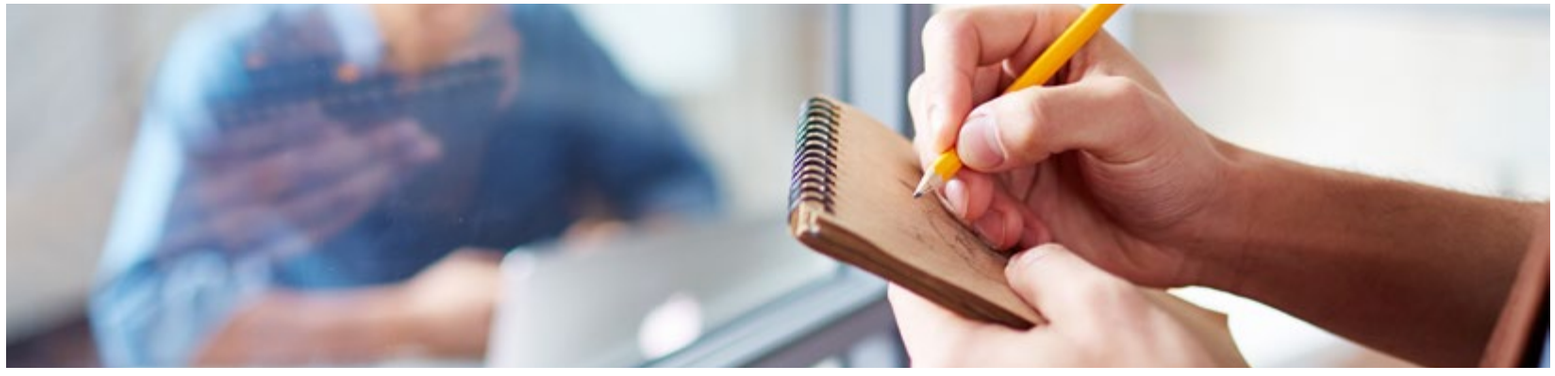
- Cambios en el entorno: Cómo afecta a la productividad de los empleados poder dedicar tiempo a una ONG, formar parte de un equipo deportivo de la empresa, realizar programas preventivos de salud...
- Cambios en la actividad: Están los empleados que escriben blogs más comprometidos con la empresa, cómo afecta el uso de aplicaciones colaborativas a su productividad o el teletrabajo...

Pero las empresas no están centrándose exclusivamente en entender el impacto en la productividad de

En aquellas empresas que miren al futuro, que no estén ancladas en modelos de gestión obsoletos, el análisis del empleado promete revolucionar cómo trabajamos

Ayuda a conectar la oferta y la demanda de tecnología asesorando a la oferta en su llegada al mercado y a la demanda a extraer valor de la tecnología. Anteriormente, Fernando trabajó durante más de 10 años como analista en IDC Research donde fue Director de análisis y consultoría en España.

los empleados de forma individual sino en resolver problemas concretos de su actividad y para ello aplican inferencia identificando y analizando grupos de trabajo.



Análisis de un grupo de empleados: Inferir mejoras globales

El análisis de información sobre los empleados también permite inferir áreas de mejora para retener talento, evitar malas praxis, difundir mejores prácticas o, entre otros, construir equipos de alto rendimiento. En este caso, algunos ejemplos serían:

- Retener talento. Un ejemplo puede ser como en las empresas de alta tecnología se utilizan analíticas para entender cómo retener los mejores ingenieros y traducir este conocimiento en construir sistemas de compensación y entornos de trabajo que aumenten su permanencia.
- Evitar malas praxis. Aquí el ejemplo proviene de las empresas de servicios financieros que analizan por qué ciertas personas cometen fraude para entender que condiciones les llevan a cometerlo y así anticiparse.
- Expandir mejores prácticas. Algunas empresas de distribución analizan los factores demográficos, educativos y la experiencia de los vendedores para identificar las mejores prácticas comerciales.
- Construir equipos de alto rendimiento. En el sector de fabricación están mirando los patrones de comunicación entre distintos empleados para entender cómo los equipos de alto rendimiento utilizan estas herramientas y qué estilos de trabajo les llevan a alcanzar esos resultados.

En síntesis, la analítica aplicada a los empleados está siendo utilizada por múltiples empresas para mejoras en la productividad individual del empleado y para resolver problemas de negocio concretos. La clave es encontrar las métricas - KPI- que realmente son relevantes.

Lo que todos estos casos tienen como factor común es que el conocimiento generado es utilizado por la dirección de la empresa, por recursos humanos... en definitiva, por un tercero, para entender mejor al empleado. Pero qué hay del propio empleado, ¿cómo le afecta?

Hay un lado oscuro en el análisis de la información que generan los empleados, y es que un enfoque equivocado puede devenir en pérdidas de productividad. Por ejemplo, si su uso es para escrutar al empleado observándolo al detalle sin un objetivo de negocio definido, entonces todas las bondades se desvanecen: la productividad del empleado caerá y muy probablemente abandonará la empresa en cuanto pueda.

Por otro lado, los empleados son evaluados de forma continua por la empresa, por lo que introducir criterios objetivos en el fondo puede redundar en una mejor evaluación, siempre que los indicadores sean los adecuados.

Además, esta información no sólo es susceptible de ser utilizada por terceros, sino que en manos del propio empleado puede tener un efecto motivador porque ahora podrá entender el impacto que tiene en su trabajo cambios incrementales en su actividad. Esta aplicación de las analíticas sobre el empleado es quizá una de las áreas menos exploradas, pero no por ello de menor impacto sobre todo si lo que se busca influir en el comportamiento del empleado.

Sea como fuere, en aquellas empresas que miren al futuro, que no estén ancladas en modelos de gestión obsoletos, el análisis del empleado promete revolucionar como trabajamos.

La naturaleza del trabajo está cambiando y la analítica sobre el empleado acelerará este cambio. ¿Estará el departamento de recursos humanos a la altura o será liderado por otras áreas de la empresa?

Enlaces relacionados

- Análisis sobre la colaboración interna
- Aspectos a considerar en el análisis del empleado
- Tendencias en la función de Recursos Humanos

it Digital MEDIA GROUP

it Reseller TECH&CONSULTING

Cada mes en la revista, cada día en la Web.