



Junio 2016 - n° 13

User

TECH & BUSINESS





Retos y oportunidades del mobile-first empresarial

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

Movilidad en la empresa, ¿está todo resuelto?

El difícil encontrar una empresa que no pueda afirmar que ha invertido algo en movilidad en los últimos años. Pero claro, no es lo mismo adquirir un portátil, una tableta o un smartphone, o cientos de ellos, que haber convertido la empresa en un negocio móvil. Movilidad en la empresa no es solo adquirir dispositivos móviles. Es movilizar procesos, personas, aplicaciones... y esto es algo que, en muchos casos, por no decir la mayoría, todavía está pendiente.



Y lo está porque son varios los retos todavía por asumir en lo que a movilidad y empresa se refiere, como puedes ver en el En portada y en la Mesa Redonda IT de este mes de junio. Analizamos en ambos casos, y desde diferentes puntos de vista, la realidad de la movilidad en la empresa y los beneficios y retos que hemos de encontrar según avancemos hacia una estrategia completa de movilización de la empresa.

Por tanto, podemos afirmar sin riesgo a equivocarnos demasiado, que la movilidad seguirá siendo uno de los segmentos de crecimiento en los próximos años, al igual que la seguridad. Y,

hablando de seguridad, ofrecemos este mes un especial sobre la estrategia de VMware para securizar el centro de datos que, en su caso, se basa en el concepto de microsegmentación.

Hablando de especiales, incorporamos un amplísimo resumen de Reimagine 2016, en el que podrás encontrar, tan-

to si pudiste acudir a la cita como si te la perdiste, un repaso por todos los elementos del evento que Hewlett Packard Enterprise organizó de la mano de Intel.

También podrás encontrar en estas páginas un completo reportaje sobre otra gran cita alrededor de la Transformación Digital que ha vivido Madrid este mes de mayo, Digital Enterprise Show 2016.

Por último, queremos añadir que arrancamos en este número nuestros Casos de Éxito IT, que en esta ocasión se centra en el uso de tecnología flash por parte de NetApp para potenciar los servicios de cloud hosting de acens.

Juan Ramón Melara
IT Digital Media Group



Acelere
la ventaja.

Accelerating next



**Hewlett Packard
Enterprise**

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 con la potencia de los procesadores Intel® Xeon® e Intel Inside® para unas soluciones potentes.



**Almacenamiento
HPE 3PAR StoreServ 8450**





Actualidad

Especiales

vmware®

Índice de anunciantes IT User

gigas

The Cloud Computing Company

La Nueva Generación de Cloud Computing [+ info](#)
Siempre cerca de sus clientes

 Ahora con data centers en Madrid, Miami y Santiago de Chile
y oficinas en España, Colombia, Chile, Perú, Panamá y EEUU



Soporte
en Español
24x7



Máxima seguridad
Elementos redundantes



Datacenter
en España



Flexible



Levanta tu datacenter en 4 minutos



Gartner
Significant provider
2013 | 2014 | 2015



Partner Oficial de:



ORACLE

gigas.com

Cloud28+ automatiza el despliegue de apps e incrementa la capacidad de elección

HPE anuncia novedades en Cloud28+ para proporcionar 'una auténtica experiencia multi-cloud'

Hewlett Packard Enterprise reunió a partners, prensa y analistas europeos en Ámsterdam para dar a conocer las novedades que ha introducido en Cloud28+, una comunidad creada para impulsar el desarrollo de la tecnología cloud en Europa.

Bárbara Madariaga. Ámsterdam (Holanda)

Hewlett-Packard Enterprise continúa con su apuesta por impulsar el desarrollo de la nube en Europa y acaba de presentar novedades en la comunidad Cloud28+. Durante la presentación de las mismas, Xavier Poisson, vicepresidente de TI híbrida para EMEA de Hewlett-Packard Enterprise, destacó la importancia que tiene “trabajar de manera conjunta” para ser una “verdadera y única comunidad” que haga que Europa pueda aprovechar el potencial de la nube.

Algunos números

Y para muestra un botón. Durante la celebración del evento London Economics ofreció algunos datos que

muestran la importancia de desarrollar el mercado cloud en la Unión Europea. Según la consultora, si se eliminasen las barreras y se potenciase este sector el Producto Interior Bruto de la UE contaría con 450.000 millones de euros extra hasta 2020 y permitiría la creación de un millón de puestos de trabajo y 300.000 nuevas compañías.

En cambio, y según datos del Parliamentary Research Services (EPRS), el coste de no poner en marcha el Mercado Único Digital para el cloud computing o de que éste esté incompleto podría situarse entre los 31.500 y los 63.000 millones de euros anuales.

Entre los principales inhibidores la seguridad sigue siendo el principal. Así lo aseguró Richard Curran, director de Intel Security para la región EMEA. “Nos encontramos en un momento donde las oportunidades son enormes” y en el que “la seguridad es clave en el proceso de transformación digital” ya que “todo se basa en la confianza. Es básico priorizar la seguridad para incrementar la competitividad”.



Apuesta por la nube

Mario Campolargo, director “Net Future”-DG Connect en la Comisión Europea, explicó a los asistentes las iniciativas que desde la Comisión se están poniendo en marcha para potenciar un sector “clave” en el desarrollo económico y la competitividad europea. “El cloud es vital para el desarrollo del Mercado Único Digital. Es el catalizador de la innovación”, señaló Campolargo, que destacó la importancia de la nueva Ley de Protección de Datos, que acaba de aprobarse, en el éxito de la nube.

Las novedades anunciadas por HPE buscan ayudar a proveedores de servicio y partners a que aprovechen la oportunidad que ofrece el cloud



“Es el momento de acelerar” afirmó Xavier Poisson, quien también aprovechó su intervención para explicar el rápido crecimiento que está experimentando Cloud28+. En la actualidad, esta comunidad tiene “más de 225 miembros, 1.500 usuarios finales, 2.600 miembros de LinkedIn y ofrece 1.000 servicios”.

Campolargo, además, destacó que “iniciativas como Cloud28+ son esenciales para el desarrollo de un mer-

cado cloud fuerte en Europa”. En este sentido, Xavier Poisson sacó pecho de la comunidad al afirmar que “Cloud28+ se está convirtiendo rápidamente en la nube de todas las nubes”, algo que está “ayudando a las organizaciones a acelerar su ritmo de crecimiento”, mientras que Richard Curran afirmó que la alianza de Intel y HPE está provocando que “estemos creando oportunidades de negocio de manera conjunta”.

En qué consisten las novedades

- Nuevas prestaciones de búsqueda y filtrado por últimas tendencias, sectores verticales, palabras clave, idiomas y Acuerdos de Nivel de Servicio, para agilizar y simplificar la búsqueda de servicios y para cumplir con las necesidades empresariales de los clientes.
- Una nueva plataforma de publicación para que los partners carguen y gestionen sus servicios en el Cloud28+ Service Center, además de nuevas

funciones promocionales creadas para facilitar la incorporación de servicios y para ampliar las oportunidades de marketing.

- Un panel de control para análisis en tiempo real, que ofrece a los partners un nuevo mecanismo para comercializar sus servicios y para realizar un seguimiento de sus progresos empresariales. También incluye información sobre la generación de contactos de los clientes y los resultados de sus actividades de marketing dentro del motor de promoción de Cloud28+.

Novedades

A grandes rasgos, las novedades anunciadas por HPE buscan ayudar a proveedores de servicio y partners a que aprovechen la oportunidad que ofrece el cloud y, para ello, “hemos decidido extender el framework de tecnologías abiertas y trasladar nuestro catálogo a un hub de servicios, además de promover a los partners a través del marketing digital”.

Las mejoras de Cloud28+ incluyen un App Center (ofrecerá apps Dockerizadas de partners proveedores independientes de software que podrán descargarse e instalarse automáticamente en las propias instalaciones del proveedor de servicios o de un cliente final y, en un futuro, también ofrecerá soporte a aplicaciones sin contenedores), un dashboard basado en analítica en tiempo real y la compatibilidad con plataformas tecnológicas adicionales. Entre ellas se encuentra HPE Helion OpenStack, Microsoft Azure, VMware, Ormuco y Docker.

Con estas nuevas funcionalidades “permitimos el despliegue automático de aplicaciones empresariales en la nube, reduciendo el tiempo de llegada al mercado de los partners e incrementando las opciones de elección de las empresas”.



Qué es Cloud28+

Asimismo, y según los principales directivos de HPE que se trasladaron a Ámsterdam, “Cloud28+ permite a los clientes elegir el mix apropiado de nubes privadas, nubes públicas y servicios profesionales para ayudar a las empresas durante el proceso de transformación a un entorno de TI híbridas, cumpliendo al mismo tiempo con las normativas locales”. Con esta actualización, Cloud28+ “ofrece ahora una amplia gama de servicios disponibles, permitiendo al mismo tiempo la portabilidad de las aplicaciones de un proveedor de servicios a otro, obteniendo el máximo provecho de un marco de Contenedores como un Service (CaaS) basado en Docker Datacenter”.

 [Clicar para ver el vídeo](#)

Las novedades anunciadas en Ámsterdam representan “un gran hito en nuestro viaje para crear un único Marketplace de servicios cloud para empresas, proporcionando a partners y clientes una auténtica experiencia multi-cloud”, finalizó Xavier Poisson. 

 **Enlaces relacionados**

-  [Qué es Cloud28+](#)
-  [Catálogo de servicios de Cloud28+](#)
-  [Novedades de HPE en Cloud28+](#)



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 instalaciones¹.

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.

Cloud y seguridad protagonizan los mensajes clave de F5 Networks en Agility 2016



“Las aplicaciones son el corazón de todo lo que hacemos”

John McAdam, presidente y CEO de la compañía

Viena acogió este mes de mayo Agility 2016, un evento en el que F5 Networks reunió a cerca de un millar de personas para mostrarles las últimas novedades de la compañía y conversar con ellos alrededor de la estrategia que, en este momento pasa por dos temas principalmente: cloud y seguridad, sin olvidar la importancia de las aplicaciones, “la clave del mundo actual”, tal y como señalaba John McAdam, presidente y CEO de la compañía.

Miguel Ángel Gómez, Viena

Pero, como decíamos, se ha hablado de cloud, porque, con los datos en la mano, Lizzie Cohen-Laloum, vicepresidente sénior de ventas en EMEA, estimaba que, a finales de este año, el 67 por ciento de las compañías tendría más del 50 por ciento de sus aplicaciones en la nube.

Y, precisamente, estas aplicaciones son las que mueven el mundo, “el corazón de todo lo que hacemos”, ha señalado John McAdams, tras recordar que el pasado ejercicio se cerró, en el caso de F5, con unos “resultados muy sólidos”, con una facturación de más de 1.900 millones de dólares y una cuota de mercado, según los analistas, del 49 por ciento.

El poder de las aplicaciones

Volviendo a las aplicaciones, en EMEA, desvelaba McAdams, la media de aplicaciones por empresa es de 201, si bien hay un 15% de empresas que cuentan con más de 1.000 aplicaciones. Asimismo, este responsable señalaba que, en este momento, hay 3.000 millones de usuarios y 4 millones de aplicaciones móviles, si bien se espera que en 2020 haya 30.000 puntos de acceso, incluyendo todos los dispositivos conectados.

Por tanto, la unión de estos dos elementos, cloud y aplicaciones móviles, “ha rediseñado nuestra realidad”, tal y como destacaba John DiLullo, vicepresidente-

Karl Triebes, executive vice president of product development and Chief Technical Officer, F5 Networks

“NINGUNO DE NUESTROS COMPETIDORES OFRECE LAS MISMAS CAPACIDADES QUE OFRECEMOS NOSOTROS”

Aprovechando la cita vienesa, quisimos conversar con Karl Triebes, vicepresidente ejecutivo de desarrollo de producto y CTO de F5 Networks, quien nos recordaba que los principales retos a los que se enfrentan sus clientes en este momento son la gestión y la securización de las aplicaciones, tanto de las que se ejecutan en el centro de datos como las que lo hacen en la nube, donde las empresas han llevado algunas de ellas para aprovechar la agilidad que les proporciona. Pese a ello, necesitan que estas aplicaciones sigan cumpliendo con los aspectos relativos a la legalidad y estar protegidas, para lo que, según este responsable, adquiere una gran importancia las soluciones de gestión de identidad, dado que los hackers están poniendo el punto de mira en la suplantación de identidad de los usuarios.

Las soluciones de seguridad que propone F5 Networks a sus clientes pueden funcionar en su propio centro de datos como en la nube, ya sea ésta priva-



da o pública. Eso sí, aunque el foco de la compañía está en las grandes empresas, “con la integración de cloud en la estrategia, podemos llegar también a empresas de menor tamaño”. En todo caso, reconoce que, por el momento, la compañía está asentada en estos grandes clientes y tiene que seguir desarrollando la estrategia en la nube para llegar a firmas de menor tamaño.

F5 Networks es, tal y como nos explica Triebes, “una compañía con una orientación total hacia el canal. Nosotros ofrecemos soluciones a través del canal, y nuestros partners son los que se encargan de esta integración e implementación en el cliente. Ofrecemos un programa de canal muy extenso para soportar a nuestros socios de canal”.

No quisimos dejar pasar la oportunidad de preguntarle por Agility 2016, un evento que, según nos recalca, “sirve para dar a conocer a nuestros partners y clientes nuestros productos y soluciones, así como nuestra visión y el roadmap establecido. Hay muchas sesiones para mostrarles las últimas funcionalidades de los productos, además de poder conversar con ellos para obtener su visión también”.

te ejecutivo de ventas a nivel mundial. “Cuando vemos cloud y aplicaciones móviles, movilidad, como la próxima gran cosa”, apunta, “no sabemos cuán grande puede llegar a ser”. Y es que, como recordaba este mismo responsable, “no fuimos capaces de imaginar lo que la movilidad y el cloud iban a cambiar las diferentes industrias”, mientras repasaba el efecto que ambas

tendencias han tenido en sectores como el transporte de viajeros, los viajes, los hoteles...

A esta unión es a lo que este responsable denomina la economía colaborativa, que, como si de un tren se tratara, está llegando a la estación, y hay que estar preparado, tanto para aprovecharlo como para afrontar los retos, siendo la seguridad el principal al que

tenemos que hacer frente. Y es que “el planteamiento tradicional no sirve”, destacaba Julian Eames, vicepresidente ejecutivo y director de Operaciones (COO) de F5 Networks. Al igual que Eames, Dilullo recordaba que tradicionalmente “construíamos muros alrededor del perímetro, pero el perímetro se está deshaciendo, y cada vez lo hace más rápido”.



Y añadía que las amenazas con muchas y variadas, y hay que protegerse contra todas ellas.

Repensar la seguridad

Con todo esto, es evidente para este directivo que “las empresas deben repensar su arquitectura de se-



guridad”, y una prueba de ello la exponía Gary Newe, director de sistemas de ingeniería en EMEA de F5 Networks, que explicaba que mientras que el 72% de los ataques se producen contra los usuarios y la identidad, las empresas solo destinan el 10 por ciento del presupuesto a este apartado de la seguridad, mien-

Julian Eames, executive vice president and Chief Operations Officer, F5 Networks

“NUESTROS CLIENTES QUIEREN ESTAR EN CLOUD, Y NOSOTROS ESTAMOS INVIRTIENDO PARA AYUDARLES”

Según nos explicaba Julian Eames, vicepresidente ejecutivo y COO de la compañía, “somos una compañía que el año pasado casi alcanzó los 2.000 millones de facturación, que piensa en la rentabilidad y que quiere estar en el mercado con una estrategia a largo plazo. Sin embargo, en los últimos 18 meses hemos visto como, junto con un descenso de los in-

gresos por la venta de productos, un cambio en el mercado que hace que el cloud sea más preponderante. Nuestros clientes quieren estar en cloud, y nosotros estamos invirtiendo para ayudarles a gestionar esta migración. Por tanto, las apuestas estratégicas actuales son crecer en dos líneas: cloud y seguridad. No pensamos dejar atrás a nuestros clientes tradicionales, pero el principal esfuerzo de innovación queremos hacerlo en estas dos áreas”.

Otra de las apuestas estratégicas de la compañía es potenciar el trabajo con sus diferentes partners tecnológicos. En este sentido, este responsable apunta que “nadie dispone de todos los elementos. Incluso los grandes jugadores. Nuestros clientes necesitan una solución más completa que la que le podría ofrecer un único jugador, y por eso necesitamos seguir trabajando para mejorar estas relaciones”.

Pensando en el canal de distribución, “creo que necesita adaptarse igual que lo está haciendo el propio mercado. Deben transformarse tanto desde el punto de vista de lo que ofrecen a sus clientes como en el cómo se lo ofrecen. Pero, además, deben trabajar para entender cómo todas estas tecnologías encajan y trabajan juntas, adquiriendo una experiencia que les diferencie de otros competidores.

Para ayudarles, “tenemos un programa que les permite adquirir conocimiento, tanto técnico como de negocio, con la idea de que sean capaces de reforzar sus propias capacidades. Con esto, esperamos que sean capaces no sólo de venderles los servicios, sino de convertirse en los verdaderos consultores tecnológicos de sus propios clientes. Se trata de un programa que ya pusimos en marcha hace 18 meses, y que hemos ido extendiendo por las diferentes regiones”.



Álex López de Atxer, country manager F5 Networks Spain y Portugal

“QUEREMOS BUSCAR DIFERENTES MODELOS DE NEGOCIO PARA LLEVAR NUESTRAS SOLUCIONES A OTRO TIPO DE CLIENTE”

Con el fin de acercar los mensajes del evento a nuestro país, quisimos hablar con el máximo responsable de la firma en la Península Ibérica, Álex López de Atxer, quien nos comentaba que, en el mercado tradicional donde siempre ha estado implantado F5 “tenemos una cuota de mercado muy alta, más que la media de la compañía, aproximadamente un 60%, lo que dificulta seguir ganando mercado, de ahí que queramos desarrollar el resto de segmentos en los que aplica nuestra tecnología, que, principalmente, son las aplicaciones de seguridad. No solo vamos a asegurar que la experiencia del usuario con la aplicación es la adecuada, sino que, además, vamos a securizarla”.

Éste es uno de los grandes retos de las compañías, “antes las compañías aseguraban el perímetro, pero ahora se ha vuelto más complejo. Tenemos que securizarlo todo, no hay un perímetro definido. Ésta es la nueva batalla”.

De hecho, tal y como nos explica, hay tres razones por las que las empresas adquieren seguridad: la capacidad de las soluciones, el miedo a una brecha, y el cumplimiento de la legalidad. En el caso de la Banca, es muy común estar a la última en el cumplimiento legal, mientras que otras compañías no son tan conscientes hasta que hay una brecha.

El problema con el mercado de la seguridad es que “se está volviendo demasiado complicado. Existen muchas tecnologías que provocan que los departamentos de los clientes no lo tengan fácil. De ahí que estemos pensando en una aproximación diferente, a través de servicios gestionados de la mano de los partners, con los operadores e integradores. Con ello, alejamos al cliente de la parte complicada y le facilitamos también la inversión. El riesgo es cada día mayor y más sofisticados y las contramedidas a usar serían también más caras y más complejas. Todo indica que la mejor opción es los servicios gestionados”.

A nivel de cliente, “nosotros venimos de la gran empresa, y el escalado hacia empresas de menor tamaño queremos hacerlo, por una parte, a través de los servicios gestionados. De hecho, en breve pondremos en marcha, con un operador español, el primer servicio de WAF gestionado en España. Además, en este mismo trimestre, queremos presentar en el mercado, y es algo que no teníamos hasta ahora, soluciones en pago por uso, lo que encaja muy bien en la estrategia de ISP. Es la forma de llegar a otro segmento de empresa, y el primer paso, lo haremos con los firewalls de aplicaciones. En definitiva, queremos buscar diferentes modelos de negocio para llevar nuestras soluciones a otro tipo de cliente”.

tras que el 90 por ciento se concentra en proteger el perímetro que, curiosamente, solo sufre el 25% de los ataques.

Las empresas gastan, según este responsable, unos 11.000 millones de dólares en proteger el perímetro, cuando “cloud y las aplicaciones móviles, la movilidad, han cambiado las reglas del juego”.

Volviendo al cloud, Dilullo apuntaba que se espera que este año la inversión en infraestructura TI para cloud ascienda, con los datos de Gartner en la mano, a 38.000 millones de dólares, si bien lo significativo es que el 80% de los proyectos, aplicaciones y servicios cloud, también según Gartner, ofrecen algo que no existía antes o que la empresa no cubría.

De hecho, se espera que, en 2020, el 30 por ciento del gasto esté marcado por la premisa “cloud first”, o, incluso, “cloud only”.





“Construíamos muros alrededor del perímetro, pero el perímetro se está deshaciendo, y cada vez lo hace más rápido”

John DiLullo, vicepresidente ejecutivo de ventas a nivel mundial

Novedades de producto

En cuanto a las novedades de producto, tres principalmente, BIG-IP 12.1, BIG-IQ 5.0, e iWorkflow 2.0, con lo que la firma refuerza su apuesta por el software para mejorar la seguridad, la gestión y la orquestación de aplicaciones. Puedes leer una completa información sobre estas novedades en este [enlace](#).

de cada cuatro consumidores no confía en que empresas de marketing y social media puedan proteger sus datos. Sin embargo, estos mismos consumidores comparten ahora más información en las redes sociales de lo que han hecho nunca. Pueden leer un amplio resumen de las conclusiones del estudio en este [enlace](#).



Los consumidores no confían en la seguridad de los datos en manos de empresas de marketing y social media

F5 Networks ha presentado los resultados de un estudio llevado a cabo con más de 7.000 entrevistas en la zona EMEA, sobre la confianza de los consumidores alrededor de la seguridad de sus datos.

Al hilo del mismo, realizado a lo largo de estos meses en base a entrevistas en diferentes países de la zona EMEA, entre los que no se incluye España, tres



Enlaces relacionados

- [Novedades de producto anunciadas en Agility 2016](#)
- [Principales conclusiones del estudio The consumer debate](#)
- [The consume debate](#)

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

technology  **technologists**



Miguel Ángel Leal Góngora, Vicepresidente para el sur de Europa y Telefónica Global Account Director de Teldat

“Estamos preparados para afrontar el cambio de modelo que suponen las redes SD-WAN en nuestros clientes”



Teldat es una empresa española que, en los últimos años, ha hecho un esfuerzo significativo para incrementar su oferta tecnológica y desarrollar su presencia geográfica, lo que ha llevado a que casi tres cuartas partes de su negocio ya se hagan fuera de nuestras fronteras, como nos explica su Vicepresidente para el Sur de Europa y Telefónica Global Account Director, Miguel Ángel Leal Góngora.

Para conocer más de cerca Teldat, quisimos que Miguel Ángel Leal nos ofreciera algunos detalles sobre la compañía. “Teldat es un fabricante español de tecnología. Llevamos muchos años en el mercado. Si bien, tradicionalmente, nuestro negocio core ha estado centrado en los routers de acceso para grandes empresas, en los últimos años hemos hecho un esfuerzo importante, tanto en lo que se refiere a innovación y desarrollo de producto, como a nuestra presencia geográfica. A nivel de producto, bien sea innovando desde la matriz, Teldat, o a través de compañías en las que tenemos diferentes tipos de participación, hemos ampliado nuestra

oferta de forma que a día de hoy, nuestra tecnología, tanto hardware como software, cubre un abanico bastante amplio que incluye, desde routers de acceso para empresas hasta software de monitorización de redes IP, soluciones de seguridad, IoT o equipamiento para interconexión de centros de procesos de datos. Desde el punto de vista de cobertura geográfica, hemos pasado de ser una empresa con el negocio centrado en España, a que el pasado año menos del 35% de nuestros resultados provengan del mercado local, con un ritmo de crecimiento en España de dos dígitos en los últimos años. En la actualidad, vendemos nuestra tecnología en

“Competimos en un mercado en el que los clientes están dispuestos a valorar tu tecnología, el precio justo y el servicio que prestas, y en aquellos que nos han escuchado, en la mayor parte de las ocasiones, hemos resultado ganadores”

55 países, gracias a dos movimientos que pusimos en marcha durante la crisis. En primer lugar, adquirimos alguna empresa allí donde queríamos tener presencia, que es lo que hicimos en el mercado alemán; en segundo lugar, ganamos penetración en mercados donde ya estábamos, como en Latinoamérica, aprovechando el efector tractor de grandes clientes multinacionales nuestros en España con gran presencia en la zona”.

De hecho, matiza Miguel Ángel Leal, “el crecimiento en los últimos dos años fuera de España ha sido del 28 por ciento”.

Nuevas oportunidades

El hecho de tener una empresa española con esa presencia en el exterior, y el haber capeado la crisis de estos años, creciendo significativamente, son elementos diferenciadores de Teldat. En palabras de este directivo, “nosotros hemos tenido en la crisis una oportunidad. Competimos en un mercado en el que los clientes están dispuestos a valorar tu tecnología, el precio justo y el servicio que prestas, y en aquellos que nos han escuchado, en la mayor parte de las ocasiones, hemos resultado ganadores. Pero, tradicionalmente, ha habido un tipo de clientes donde la marca tenía mucho peso, y que en épocas de crisis han tenido que mirar más la



cuenta de resultados y dejar en un segundo plano la imagen de marca para hacer una ecuación de funcionalidad, valor/precio y servicio. Esto es lo que nos ha permitido crecer en esta época de crisis. Además, en nuestro segmento tampoco ha habido una reducción de la demanda tan relevante”.

Hablando de clientes, Miguel Ángel Leal nos comenta que Teldat tiene distintos perfiles de clientes, dependiendo de las líneas de producto. “Los routers para empresa, tradicionalmente incluidos en la oferta del operador a sus clientes, van dirigidos a grandes organi-

zaciones, tanto empresariales como de Administración Pública. También el operador es nuestro cliente, ya que los utiliza para su propia infraestructura. Luego tenemos otras áreas de negocio, como la de IoT, donde el cliente es, principalmente, del sector Utilities; o la de conectividad WAN en entornos de movilidad, donde el cliente son grandes operadores de transportes, ferroviarias o por carretera, o los propios fabricantes de trenes y autobuses”.

Diversos ejes de innovación

Tecnológicamente hablando, los ejes de innovación de Teldat son “virtualización, Internet de las Cosas y Seguridad, todo ello aplicado a una estrategia de negocio que pasa por la evolución del negocio core tradicional y que, en primera instancia, es el desarrollo de las redes híbridas que a día de hoy se conocen como SD-WAN”.

Pero, ¿cuál es el aporte de SD-WAN? “Tradicionalmente”, nos explica, “las empresas vienen de conectar sus diferentes oficinas a través de una red MPLS que ofrecía el operador para que los empleados pudieran hacer uso de sus aplicaciones corporativas ubicadas en los centros de proceso de datos. Pero este modelo está cambiando mucho. El cliente es ahora tanto el usuario interno como el cliente final de las empresas. Además, se trata de un usuario en constante movimiento, con lo que la ubicuidad es un factor clave, tanto para los usuarios como para las aplicaciones empresariales a las que se han de conectar, y más en un escenario donde dichas aplicaciones residen en centros de datos privados o públicos, reales o virtuales... con lo que la red WAN de la empresa debe soportar un entorno extrema-



damente dinámico. A esto añadimos también un perfil de empresa con presencia internacional, que tiene que ofrecer una experiencia similar de uso al empleado y al cliente, esté donde esté y se conecte como se conecte”.

“Ante esta realidad”, continúa, “algunos clientes optaron hace años por un modelo de red híbrida, combinando diferentes tecnologías de acceso de diferentes proveedores y con diferentes conectividades. Esto supone un importante cambio en el modelo de red, porque la infraestructura debe ser capaz de gestionar un entorno más complejo y con nuevas capas de seguridad. Además, es necesario medir la calidad de los accesos y adecuar la conexión a cada tipo de oficina o acceso.”

“Resuelta esta parte” añade, “es necesario operar esta red híbrida, lo que requiere bastantes horas de personal con alto grado de conocimiento técnico. En definitiva, cada modificación o actualización que haya que hacer tiene un alto coste en tiempo y recursos. Por tanto, para gestionarlo, es necesaria una capa de abstracción de software que permita agilizar y flexibilizar la administración. Éste es un punto clave que cambia el paradigma y el escenario de red de los clientes”.

Ventajas competitivas

Y la pregunta que surge es, ¿por qué Teldat? Según nos comenta Leal, “el conjunto de potenciales proveedores de tecnología que estamos ofreciendo soluciones para SD-WAN provenimos de distintas áreas de especialización tecnológica. Los hay que vienen del entorno de la visibilidad de aplicaciones, del mundo del SDN en el centro de datos, y en otro ámbito, nos encontramos con un conjunto de startups, principalmente america-

“La necesidad de cambio en las redes hacia una arquitectura SD-WAN es una realidad para las empresas”

nas. En nuestro caso, procedemos de proveer de tecnología de comunicaciones WAN a operadores y clientes finales corporativos, bajo las arquitecturas de redes clásicas MPLS y redes híbridas. Nuestra principal ventaja competitiva se basa en que estamos ante la evolución tecnológica de nuestra área de especialización principal. Por ello, confiamos en que nuestra propuesta tecnológica para SD-WAN, que incorpora y evoluciona gran parte de nuestro conocimiento, se posiciona como una de las líderes del mercado”.

“La necesidad de cambio en las redes hacia una arquitectura SD-WAN es una realidad para las empresas”, apunta, y añade que “para un cliente que quiera evolucionar hacia este tipo de redes, tenemos hoy por hoy

soluciones que pueden solventar su problemática. Es una realidad a la que se va a evolucionar en los próximos seis meses”.

Presencia multisectorial y otras líneas de negocio

En este momento, el negocio de Teldat se divide en diferentes sectores. Tal y como nos explica, “tradicionalmente la Banca ha sido nuestro sector de referencia y sigue siendo un sector muy relevante, en la que tenemos una cuota de mercado muy significativa. Pero también hemos crecido en otros como el retail o la Administración Pública. El segmento corporativo, puede suponer para nosotros en torno a un 70 por ciento del total de nuestros resultados, quedando el resto repartido en soluciones para pequeña y mediana empresa y producto para la propia infraestructura interna de las Operadoras.

Pensando en otras líneas de negocio, “la evolución de las líneas de transporte y movilidad es tremenda. Para el usuario es impensable no poder hacer lo que quiera, cuando quiera y donde quiera, con un ancho de banda suficiente y garantizado. Además, el proveedor del



“La evolución de las líneas de transporte y movilidad es tremenda. Para el usuario es impensable no poder hacer lo que quiera, cuando quiera y donde quiera, con gran ancho de banda”

servicio de transporte, busca mejorar la experiencia al usuario y obtener información sobre él para mejorar su servicio y fidelizar a sus clientes. Por eso, nuestra solución de movilidad tiene que asegurar la calidad de servicio que el cliente espera, y al mismo tiempo proporcionar a los operadores de transporte la información, los servicios y la sencillez de gestión que necesitan. Para ello, en nuestra oferta se incluyen soluciones de portal cautivo y de Business Intelligence enlazadas con los aplicativos de negocio del propio cliente, y estamos

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

trabajando con los principales proveedores de soluciones del mercado para que nuestros equipos sean compatibles con sus aplicaciones”.

Por lo que respecta a IoT, “es un concepto que no debemos generalizar. En determinados segmentos es una necesidad que lleva de la mano eficiencia y rentabilidad, pero en otros, todavía debe demostrar el aporte de valor alrededor de esa necesidad, que además sea suficiente como para que se esté interesado en pagar por ello. Por ejemplo, las ciudades digitales son un concepto muy interesante, pero cualquier servicio que conlleve un coste debe tener alguien dispuesto a pagarlo. Por eso algunas iniciativas puestas en marcha no han sido un éxito. En todo caso, la posibilidad de crecimiento es grande, pero es un negocio al que hay que acudir siempre de forma rentable”.

“La innovación”, continúa, “necesita siempre una fase de conceptualización donde alguien aporte el dinero, que en este caso, serían las administraciones públicas. Pero posteriormente, como todos los negocios, deben regirse por la rentabilidad. En definitiva, hay oportunidad de crecer, pero hay que ser cautos”.

Nuevos retos de cara a futuro

Pensando en los próximos meses, los objetivos que se plantea Teldat pasan por “el cambio del paradigma hacia SD-WAN, que afecta a todos los segmentos de mercado y diversos ejes de innovación. Otro sería acomodar este cambio a la virtualización de la infraestructura del operador, un cambio muy disruptivo, porque va a afectar mucho a las empresas más ligadas a las infraestructuras de los operadores, que tienen un doble reto.

Por un lado, asegurar los SLA conseguidos con la tecnología previa a la virtualización y, por otro, aspectos que tienen que ver con la latencia. Con todo, se va a abrir un buen número de oportunidades”.

Por último, quisimos saber qué sectores están abocados a transformarse en los próximos meses, al igual que otros ya han empezado a hacerlo. Para Miguel Ángel Leal, “en general, todo el sector privado requiere un cambio y una transformación grande. La Administración Pública también, pero su modelo de contratación limita, en ocasiones, adoptar modelos tecnológicos innovadores. Necesitan, por supuesto, ganar en eficiencia, eficacia, ubicuidad, calidad... pero adecuando los parámetros a sus modelos de contratación, que aportan claridad, pero también rigidez”.

Pero quizá el gran reto “está en el cambio de un modelo donde cada vez más deja de ser necesaria la presencia física del cliente. Lo vemos en la Banca, en el retail, y lo veremos en otros sectores, porque lo disruptivo será la no necesidad de presencia física, algo que impactará a todos los sectores”.



Enlaces relacionados



[Soluciones SD-WAN](#)



[Soluciones WLAN para la empresa](#)



[Blog de Teldat](#)



[Casos de éxito](#)

**TU PYME
TE PIDE
CAMBIOS**



iSúbete a la nube!

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA DEMANDA DE SOLUCIONES
DE COMPUTACIÓN EN LA NUBE PARA PYMES

**Hasta 15.000€
de ayuda
para modernizar
tu empresa**

subetealanube.gob.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO

red.es



Agenda Digital para España



UNIÓN EUROPEA
PROYECTO COFINANCIADO
POR EL FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

La primera edición del evento cerró sus puertas con más de 18.000 asistentes

Digital Enterprise Show 2016 convierte Madrid en la capital mundial de la Transformación Digital



Tras tres días de exposición y ponencias, Digital Enterprise Show 2016 cerró sus puertas con una sensación positiva marcada por la presencia de más de 18.000 asistentes de un total de más de 40 países, tal y como ha confirmado la organización, que ha destacado, asimismo, que el 40% de ellos ocupaban puestos directivos en sus organizaciones. Además, el último día del evento sirvió para confirmar las fechas de la edición de 2017, entre el 23 y el 25 de mayo, que tendrá a Suecia como país invitado.

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

El recinto ferial de IFEMA acogió entre el 24 y el 26 de mayo la primera edición de Digital Enterprise Show, un evento que ha querido situar a Madrid como el centro de la Transformación Digital a nivel mundial y, para ello, ha reunido a las de 18.000 asistentes alrededor de un área de exposición y congresos paralelos donde más de 450 ponentes han mostrado su visión sobre esta tendencia.

Con las cifras ofrecidas por la organización en la mano, se han alcanzado los objetivos previstos, más



de 18.000 asistentes, así como el de dar al evento carácter internacional, dado que han sido personas de 40 países las que han acudido a la cita. Y, hablando de asistentes, el perfil de los mismos ha estado marcado por la pertenencia a la dirección de las empresas, destacando la participación de CEO, que suponen un 19% del total; CIOs, que suponen un 8%; CMO, que representaron al 13%; y Recursos Humanos, con una participación del 3%.

Estas cifras, en opinión de los organizadores, “ponen de manifiesto el convencimiento de los altos directivos

SALESFORCE ESSENTIALS

Salesforce ha celebrado la quinta edición de Essentials, un evento que ha ido creciendo exponencialmente hasta una edición que contó con más de 2.200 asistentes, y en la que la compañía quiso hablar de la Era del cliente, y de cómo la realidad del mercado ha cambiado por completo.

En la Era del Cliente se juntan muchas transformaciones que ponen al cliente en el centro. El primer cambio es el de la interacción entre la empresa y el cliente, quien, además, quiere gestionar el negocio desde el móvil el cliente busca una experiencia personalizada; y cambian también los datos, y es que el 90 por ciento de la información disponible se ha generado en los últimos doce meses. Con todo, el negocio necesita y debe ser rápido.

Aprovechando la celebración de Salesforce Essentials 2016 en Madrid, quisimos entrevistar a



Enrique Polo de Lara, vicepresidente regional y director general de Salesforce Iberia, quien explicaba los principales mensajes del evento, las propuestas tecnológicas que ofrecen a los clientes, y cómo la empresa española está entendiendo la transformación digital.



DES 2016: Las profesiones digitales más buscadas

[Clicar para ver el vídeo](#)



DES 2016: La experiencia de usuario, clave en el éxito de los modelos de negocio digitales

[Clicar para ver el vídeo](#)

de que la Transformación Digital es un motor para el desarrollo de negocio que debe estar liderado desde los consejos de administración”.

Asimismo, otra parte destacada de los participantes en DES 2016 fueron directores de operaciones o de plantas de fabricación, interesados en la Industria 4.0. y en la digitalización industrial.

Por sectores de actividad, los más representados han sido retail, banca, industria, turismo, sanidad y logística.

Más de 200 expositores y más de 450 ponentes

Los asistentes a Digital Enterprise Show han podido conocer las propuestas de más de 200 firmas expositoras

FUJITSU WORLD TOUR

En el marco de DES 2016, Fujitsu celebró su ya tradicional Fujitsu World Tour, un evento en el que la multinacional mostró cuál es su propuesta para ayudar a las empresas en la Transformación Digital, y que contó con más de 3.000 asistentes, según los organizadores.

En esta ocasión Fujitsu apostó por presentar la Transformación Digital en vivo, en un lugar donde intercambiar ideas y experiencias con los directivos de las principales organizaciones públicas y privadas, debatir con expertos independientes y ver casos reales. Así como mostrar las principales innovaciones llegadas desde sus Laboratorios.

En sus más de 500 metros cuadrados de exposición, acercó las últimas novedades tecnológicas y soluciones sectoriales altamente diferenciales. También se realizaron presentaciones, mesas redondas, demostraciones en vivo y las últimas novedades de sus laboratorios.



que han mostrado las últimas innovaciones tecnológicas para guiar a las grandes corporaciones y PYMES europeas hacia la Transformación Digital y modelos de negocio más disruptivos.

Pero, además, se han celebrado tres jornadas de ponencias y mesas redondas que han puesto de relieve los retos a los que se enfrentan compañías y empleados en los procesos de Transformación Digital, que abarcan a todas las áreas de la organización y están cambiando los modelos de negocio. Para ello, la cita contó con más de 450 portavoces.

Masterminds Congress ha servido de escenario para un total de 172 charlas y mesas redondas que suman más de 120 horas registradas hablando de transformación digital en 10 industrias distintas.

“El reto de la primera edición ha sido involucrar a empresas y portavoces en un proyecto necesario para ayudar a la industria a caminar hacia el futuro. Nuestro objetivo cuando planteamos este evento era aportar una visión global de todas las áreas a las que afecta la Trans-

DES 2016 ha reunido a más de 18.000 asistentes alrededor de un área de exposición y congresos paralelos donde más de 450 ponentes han mostrado su visión sobre Transformación Digital



DES 2016: Cómo sobrevivir a la revolución de la Transformación Digital

[Clicar para ver el vídeo](#)



DES 2016: IoT y su potencial para cambiar las industrias

[Clicar para ver el vídeo](#)

formación Digital, tanto en el negocio puramente dicho, como en todo lo que lo rodea, trabajadores, cultura de empresa...”, ha señalado Albert Planas, director general de Digital Enterprise Show, que ha añadido que “las cifras de esta primera edición muestran que hay que contar con foros como éste que respondan a las necesidades de conocimiento de los profesionales. Debemos guiar a través de la experiencia y el conocimiento de las

IT TELEVISIÓN, PROTAGONISTA EN DES 2016

IT User acudió a Digital Enterprise Show 2016 como Media Business Partner y en la zona del Masterminds Congress, epicentro del congreso, IT Televisión ubicó su set de entrevistas por el que pasaron portavoces nacionales e internacionales para analizar las grandes tendencias de la transformación digital.

Ante las cámaras de IT Televisión pasaron Michael Krigsman, fundador de las CxO Talks; Sydney Finkelstein, profesor de la Tuck Business School; Frank Gillett, VP de Forrester; Daniel Newman, CEO de BroadSuite Media Group; Dave Anderson, VP de marketing de Dynatrace EMEA; Lluís Pons, director de Marketing de Banco Sabadell; Iñigo Jodra, director del Centro de

Competencia de Ciudades de Ferrovial Servicios; Joana Sánchez, presidenta de INESDI; Eloi Noya, fundador de LoanBook; y Alfredo Mesquita, ex Secretario de Estado de Turismo de Portugal.



DES 2016: Transformación digital al servicio al ciudadano [Clicar para ver el vídeo](#)



DES 2016: Empresas Fintech, nuevos modelos de negocio en la era digital [Clicar para ver el vídeo](#)



mejores empresas y profesionales, la transformación del tejido empresarial tanto en España como en Europa para promover el desarrollo económico”.

DES 2017 calienta motores

Y, por este motivo, ya calienta motores la segunda edición de Digital Enterprise Show, que volverá a Madrid del 23 al 25 de mayo de 2017 y contará con Suecia como país invitado, tomando el relevo de Israel, país invitado de la primera edición.

Desde la organización señalan que “empresas como Skype, Spotify, MineCraft, Candy Crush, TocaBoca o TicTail, son fruto de esta apuesta del país por la inno-

vación y la generación de nuevos modelos de negocio. Un hecho que ha llevado a su capital, Estocolmo, a situarse como la segunda ciudad del mundo per cápita en creación de startups tras Silicon Valley”.

El sector Fintech juega un papel básico en este desarrollo y, en los últimos 5 años, las empresas esta-

blecidas en Estocolmo han recibido el 18% del total de inversiones europeas a través de sistemas Fintech. Internet de las Cosas es otra área donde las naciones



nórdicas están liderando, y es que en 2014 el número de dispositivos conectados en las regiones nórdicas sobrepasó el volumen de población, y, para 2017, habrá 2,6 dispositivos conectados por persona en la región escandinava.

Volviendo a la edición de este 2016, dentro del marco de DES 2016 se han celebrado dos eventos monofabricante también centrados en la digitalización y la Transformación Digital: Fujitsu World Tour y Salesforce Essentials.

Superando las expectativas

Una vez finalizado DES 2016, hemos querido hablar con Albert Planas, quien nos comentaba que “nuestra

AGILITY LEVERS, TEMA CENTRAL DE LA MESA REDONDA MODERADA POR IT USER

Las palancas de agilidad (Agility Levers) fueron las protagonistas de una mesa redonda moderada por Miguel Ángel Gómez, de IT User, en la que se desgranaron las tecnologías que pueden ayudar a las empresas a ser más ágiles a la hora de responder a las exigencias que plantean los clientes y el mercado.

La mesa redonda contó con la participación de Nick Clare, principal Agile Consultant de CA Technologies; Óscar Méndez, CEO de Paradigma Digital; Giles Nelson, senior vice president Producto Strategy & Marketing de Software AG; y Jordi Falguera, Agile Practice director de UST Global.

Entre los temas tratados en la mesa redonda destacaron la necesidad de las empresas de cambiar mentalidad y procesos, no solo tecnología, para poder responder a las necesidades del negocio, y la imperiosa necesidad de alinear a TI y a negocio a la hora de definir la estrategia adecuada.



DES 2016: La transformación digital cambia la cultura empresarial

[Clicar para ver el vídeo](#)



DES 2016: La transformación digital del turismo

[Clicar para ver el vídeo](#)

razón de ser es convertirnos en una plataforma de negocios para nuestros expositores y partners en el evento y, en este sentido, ya hemos recibido las primeras valoraciones de grandes corporaciones y pequeñas firmas que nos han trasladado sus buenos resultados y la intención de repetir el año próximo, con lo que no podemos estar más contentos. A nivel general, ha sido

una primera edición que ha superado las expectativas marcadas, reuniendo a más de 18.000 de más de 40 países diferentes de todo el mundo. El perfil de asistentes ha sido muy bueno, con una representación muy alta por parte de todo el comité de dirección de todas las organizaciones visitantes”.

“Las sesiones de estrategia”, nos explica, “han sido, sin duda, las más concurridas, y no es de extrañar, ya que, en estos inicios de la Transformación Digital, los ejecutivos es lo que están buscando. En segundo lugar, las habilidades digitales que tanto sus equipos como su empresa deben implementar. Hay un trabajo muy importante de puesta al día y, por lo que nos han explicado algunos asistentes, la valoración del Masterminds Congress, HR Summit y Digital Marketing Planet es altamente positiva. Por otro lado, las más de 200 soluciones tecnológicas presentadas por nuestros partners y expositores han supuesto un tsunami de innovación para los miles de visitantes que se han congregado en DES durante los tres días”.

Los asistentes a Digital Enterprise Show han podido conocer las propuestas de más de 200 firmas expositoras que han mostrado sus últimas innovaciones tecnológicas

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)



DES 2016: La Transformación Digital de los líderes

 [Clicar para ver el vídeo](#)

“Estamos muy orgullosos de poder albergar a eventos corporativos dentro del DES”, apunta Planas, “y, sin duda, se retroalimentan de contenidos y una afluencia de asistentes mayor. Esto ocurre en todas las grandes ferias tecnológicas y DES no es una excepción. La suma de nuevos eventos corporativos en los próximos años también contribuirá a que a finales de mayo Madrid sea Digital Enterprise World Capital”.

Un objetivo de DES era convertir Madrid en la capital Mundial de la Transformación Digital. Para Albert Planas, “no es tanto un objetivo a corto plazo sino un camino que recorrer los próximos años, como la transformación digital en las empresas no es un objetivo en sí mismo, sino una transformación a largo plazo. Sin embargo, si nos fijamos en algunos datos, el 50% de los ponentes han sido extranjeros, los visitantes de más de 40 países y el 90% de las firmas expositoras son empresas internacionales y, en muchos casos, globales. De este modo, creemos que la repercusión tanto a



DES 2016: Banco Sabadell ante los próximos retos de la banca digital

 [Clicar para ver el vídeo](#)

nivel nacional como internacional ha sido muy buena y seguiremos trabajando para que siga creciendo y para expandir el posicionamiento y potencial de Madrid por todo el mundo”.

Todavía es demasiado pronto para dar a conocer la estrategia de 2017, pero “a las novedades que ya tenemos previstas sumaremos las distintas propuestas que nos han trasladado nuestros partners para, una vez más, sorprender y seguir actuando de catalizadores de la digitalización en todas las industrias”. 



Enlaces relacionados

 [Todo lo que ha sido noticia alrededor de DES 2016](#)

 [Fujitsu World Tour 2016](#)

 [Salesforce Essentials 2016](#)

Impulsa tu cuenta en
twitter 

Pruébalo gratis



ninja^{CM}



TU MEJOR COMMUNITY MANAGER



Stephan Sieber, CEO de Unit4

“Queremos crecer en el mercado y convertirnos en uno de los principales jugadores”

El pasado mes de abril, Stephan Sieber pasó de ser vicepresidente ejecutivo de ventas globales a CEO de Unit4. IT User ha entrevistado al nuevo CEO de la compañía quien nos ha explicado las claves para convertirse en un referente en el mercado de software

A mediados del mes de abril, Stephan Sieber fue nombrado CEO de Unit4 sustituyendo a José Duarte, quien tras tres años al frente de la firma decidió dirigir su carrera profesional lejos del mercado de software. En una

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

entrevista a IT User, Sieber destaca el trabajo que ha realizado Duarte al frente de la firma. “Ha sido esencial en la transición de Unit4 para convertirse en uno de los actores clave en el software de gestión”.

El nombramiento de Stephan Sieber es una muestra de que la firma se encuentra en otra fase. “La compañía ha alcanzado una posición única en los últimos tres años, gracias a su enfoque centrado en las personas



APUESTA POR LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Una de las claves del crecimiento de Unit4 pasa por apostar por la expansión internacional. Uno de los últimos países en los que ha abierto una sede es en Finlandia, como consecuencia de “nuestra fuerte posición en el mercado que engloba la región nórdica”.

“Nuestro ERP Unit4 Business World (anteriormente Agresso), creado en Noruega, y nuestras soluciones para la consolidación empresarial, la gestión de la propiedad y de los gastos de viaje ya son utilizados aproximadamente por 2.000 compañías nórdicas de servicios, tanto en el sector privado

como en el público”, afirma Jeremias Jansson, Managing Director de Unit4 en los países nórdicos. “Nuestra expansión en Finlandia es el resultado de este éxito y nos ofrecerá una mayor cuota de mercado en la región y la capacidad de servir a los clientes en los cuatro países nórdicos”.

para crear un software de gestión innovador. Las personas, la productividad y la eficiencia nunca han sido más cruciales que ahora y tenemos la oportunidad de ofrecer una nueva experiencia de software empresarial a estas organizaciones”.

Palabras de Apotheker

Leo Apotheker, presidente del Comité Ejecutivo de Unit4, también ha tenido palabras tanto para el CEO saliente como para el entrante. En el caso de José Duarte, Apotheker ha querido resaltar que éste “ha desempeñado un papel fundamental en el reposicionamiento y en la transformación de Unit4 para convertirse en un líder de rápido crecimiento en aplicaciones empresariales para las organizaciones”.

Sieber, por su parte, “toma el timón de Unit4 en un momento emocionante, en términos de potencial de la

“Vamos a acelerar la innovación en los negocios globales y vamos a continuar trabajando de manera muy cercana con nuestros clientes locales para lograr el éxito”

compañía y de las oportunidades actuales de mercado. Aporta tanto la visión operativa como la estratégica para el negocio”.

Estrategia de Unit4

En esta nueva fase que acaba de emprender Unit4, el objetivo principal es “capitalizar la inversión que hemos realizado en los último dos años” para “crecer en el mercado y convertirnos en un jugador relevante”, destaca Sieber, quien considera que su compañía juega en un sector con unas posibilidades “increíbles” de

crecimiento. “Nosotros podemos marcar la diferencia en el mercado”.

Stephan Sieber recuerda que nos encontramos en un momento de cambio. “La economía está cambiando, y se está moviendo hacia los servicios. La colaboración es clave a la hora de ganar en competitividad”. Unit4 dispone de “un gran posicionamiento para ser cada vez más exitosa”.

En términos generales, el nuevo CEO de la firma destaca los buenos resultados obtenidos en 2015 y confía en que estos continúen este año.

“Nuestro equipo en Barcelona está haciendo un trabajo estupendo. Estamos muy orgullosos de su labor”

“Vamos a acelerar la innovación en los negocios globales y vamos a continuar trabajando de manera muy cercana con nuestros clientes locales para lograr el éxito”.

Labor de España

Sieber, además, destaca que su compañía busca ser un jugador cada vez más global, gracias a la fortaleza de sus equipos locales. En este sentido, destaca la labor que se está realizando en algunos países, como es el caso de España, donde se ha convertido en un jugador muy importante en mercado como la pequeña y mediana empresa. “Nuestro equipo en Barcelona está haciendo un trabajo estupendo. Estamos muy orgullosos de su labor”.

“España es un mercado interesante. En los dos últimos años la economía española está creciendo y el segmento de software atraviesa un momento muy bueno. La recuperación económica es una realidad, con lo que las oportunidades de crecimiento son importantes”.

Competencia

Stephan Sieber reconoce que su compañía se mueve en un mercado donde existen grandes jugadores. Lejos de que esto represente un freno a su expansión, el CEO de la firma considera que es “una oportunidad para



crecer”, debido al desarrollo del propio sector. “Nuestro fuerte catálogo y nuestro equipo” son claves para crecer en el mercado.

No obstante, Sieber considera que de aquí a cinco años “los principales jugadores del sector serán diferente. No puedo asegurar dónde estaremos, pero trabajaremos para ser uno de los grandes jugadores del sector”.

Éste es un gran momento “para que las empresas más pequeñas puedan crecer en el mercado”, ya que “todos los jugadores pueden crecer si aplican estrategias basadas en la proximidad de sus clientes”.

La estrategia de Unit4 también pasa por hacer foco en los mercados verticales. En el caso de Unit4, estos pasan por apostar por segmentos como la educación,

los servicios profesionales, la Administración Pública o la construcción. “Al igual que el resto de los mercados, el objetivo de los verticales es ganar en agilidad y competitividad” con soluciones “adaptadas a sus necesidades.



Enlaces relacionados



[Unit4 Ekon](#)



[Unit4 Servicios profesionales](#)



[La oferta de Unit4 para ayudar a las empresas a crecer](#)



NO TE PIERDAS NUESTROS #ITWebinars

EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN DEL ALMACENAMIENTO AL IT ACTUAL



Ponente: José Antonio Corredor, especialista en almacenamiento Dell España

La evolución de las tecnologías aplicadas en los Centros de Datos trasciende el ámbito de lo que esa tecnología pretende resolver afectando a otros elementos. Ahora, el foco de esta evolución está en la simplificación de las tareas y el incremento del rendimiento. La primera se ve reforzada por tecnologías hiperconvergentes en las que el almacenamiento forma parte de entornos de escalado horizontal basados en arquitectura x86. En el área del incremento de rendimiento, la adopción de tecnologías como SSD ha permitido el desarrollo de nuevas capas de estratificación dentro y fuera de los propios sistemas de almacenamiento.

¡ÚNETE!



SEGURIDAD INTRÍNSECA CON VMWARE



Ponente: Moisés Navarro, Business Strategist; y Miguel Córdón, Senior Account Executive Iberia Network & Security de VMware

VMware ha venido trabajando en la racionalización, la agilidad, la automatización tanto del Centro de Datos como del puesto de usuario. La securización de estos entornos y de sus cargas de trabajo es determinante. Las plataformas definidas por software permiten ahora proteger esos entornos, para lo que es clave el concepto de micro-segmentación que habilita VMware. Descubre en este IT Webinar en qué consiste esa micro-segmentación y cuál es la propuesta de VMware para proteger los entornos empresariales.

¡ÚNETE!



TRANSFORME SU ALMACENAMIENTO EN UN SERVICIO ALTAMENTE DISPONIBLE



Ponente: Rafael Díaz-Guardamino, especialista en almacenamiento para Dell España

El propósito de un sistema de almacenamiento tradicional ha evolucionado. Cuando antes su misión fundamental estaba asociada a la provisión de capacidad para almacenar datos, ahora se buscan mecanismos avanzados de protección y disponibilidad que permitan la provisión de un servicio con la mayor de las garantías. Además, la nueva incorporación de tecnologías orientadas al máximo rendimiento, como es el SSD, ha propiciado la aparición de nuevas funcionalidades orientadas a la optimización que facilitan la incorporación de estas tecnologías a centros de datos de tamaño medio e incluso pequeño.

¡ÚNETE!



>> TAMBIÉN BAJO DEMANDA <<



NetApp potencia con su tecnología flash los servicios de cloud hosting de acens



Proveedor desde los inicios de la compañía hace casi 20 años, NetApp proporciona a acens cabinas de almacenamiento flash y All-Flash que permiten al service provider acelerar el acceso a los datos e integrarse con su infraestructura ya existente.



Con más de 45.000 clientes y dos centros de datos en Madrid y Barcelona, acens, proveedor de servicios cloud perteneciente al Grupo Telefónica, confió en la tecnología de NetApp desde la creación de la compañía para la gestión de datos de sus data centers y, a medida que han ido evolucionando sus servicios, también lo ha hecho su uso de las soluciones del suministrador de software, sistemas y servicios para gestionar y almacenar datos.

“Llevamos con NetApp desde los comienzos –explica Ricardo de la Cruz, Product Manager de servicios Cloud

privados de acens - con la tecnología 7-Mode”; la compañía de servicios de cloud hosting tiene instalados en sus CPDs equipos de almacenamiento unificado de la línea FAS con sistema operativo Data ONTAP, algunos de los cuales ya cuentan con tecnología flash, ya que permiten construir sistemas híbridos combinando distintos tipos de discos. “Buscábamos una solución de almacenamiento que cubriera las necesidades de un service provider como acens, que ofrece soluciones desde hosting a correo tradicional, pasando por soluciones avanzadas de servicio en la nube o infraestructura en la nube, incluso soluciones a medida de cloud privada”, señala de la Cruz.

Tecnología All-flash de NetApp

NetApp ha apostado por la tecnología flash por sus altas capacidades. Las cabinas de almacenamiento All-Flash de NetApp permiten mejorar la agilidad, la capacidad de respuesta y el valor de las aplicaciones vitales para el negocio, cuyo rendimiento puede llegar a ser hasta 20 veces superior.

“La tecnología de NetApp nos aporta los pilares básicos que cualquier Service Provider requiere: estabilidad, escalabilidad, facilidad de la administración e integración con otros entornos”

Ricardo de la Cruz (acens)

NetApp ofrece dos plataformas All-Flash:

- **All Flash FAS de NetApp – acens** utiliza soluciones AFF8040- es una plataforma de escalado horizontal creada para entornos virtualizados, donde se combina un rendimiento de baja latencia con una gestión de datos superior, eficiencias integradas, una protección de datos integrada, compatibilidad multiprotocolo y operaciones no disruptivas. Se instala como un sistema independiente o como un nivel de alto rendimiento en una configuración de Clustered Data ONTAP. Es el único sistema All-Flash que soporta una gestión de datos continua a través de recursos flash, de disco y cloud; una capacidad que convierte a las cabinas AFF en idóneas para clientes que quieren mejorar el rendimiento en sus centros de datos tradicionales mientras planean su cambio hacia un modelo de cloud híbrida.





Ricardo de la Cruz, de acens, y Javier Martínez, de NetApp, explican el uso de la tecnología Flash del fabricante por parte del proveedor de servicios cloud

[Clicar para ver el vídeo](#)

■ **EF-Series de NetApp** se ha diseñado para cargas de trabajo con un gran volumen de I/O, donde se hace más hincapié en el rendimiento, la latencia, la densidad y el precio. Su arquitectura destaca por su IOPS de baja latencia y un elevado nivel de ancho de banda.

Javier Martínez, Director Técnico de NetApp, explica que “fuimos el primer fabricante en aplicar la deduplicación a los datos productivos, a las cabinas que dan servicio. Actualmente, es difícil vender flash si no eres capaz de deduplicar y comprimir la información.

Hoy esta deduplicación se hace inline, para ser más eficientes y que el hardware sea más barato”.

Flash, más que velocidad para acens

Precisamente por su naturaleza empresarial, acens necesitaba disponer de una infraestructura eficaz y ágil que le permitiera adaptarse a las necesidades de velocidad y confianza que le piden sus clientes. La compañía ha apostado por la tecnología All-Flash de NetApp para construir una oferta específica para sus usuarios. Concretamente, tiene instaladas solu-

ciones flash en la infraestructura compartida con sus clientes, tal y como explica el product manager de servicios cloud privados de acens: “es una primera línea de acceso del dato que permite asumir cargas intensivas en periodos cortos de tiempo, que luego se distribuyen por los discos tradicionales de forma más sencilla. Una capa de discos flash te permite dar mucho performance a los discos tradicionales”. Por otra parte, “las cabinas All-Flash se están implementando en clientes que demandan una infraestructura de almacenamiento con unos requisitos de tiempos de repuesta y velocidad de acceso al dato muy elevados. Para ese tipo de clientes se están implementando soluciones específicas, basadas en NetApp, que además de la rapidez de acceso al dato, obtienen las ca-

PUNTOS CLAVE DE LA TECNOLOGÍA ALL-FLASH DE NETAPP

- Permite aumentar hasta en 20 veces el rendimiento de las aplicaciones
- Reduce latencias de las bases de datos en un 95% para mejorar las experiencias de usuario.
- Facilita la consolidación de la infraestructura de aplicaciones en hasta un 50%, reduciendo el TCO.
- Aumenta hasta 4 veces el uso de la CPU del servidor.

acens necesitaba disponer de una infraestructura eficaz y ágil que le permitiera adaptarse a las necesidades de velocidad y confianza que le piden sus clientes. Ha apostado por la tecnología All-Flash de NetApp para construir una oferta específica para sus usuarios

pacidades de ser multiprotocolo, flexible, escalable, deduplicable, y que les permiten optimizar. Todo el mundo dispone de hardware flash, pero lo realmente complejo es la capa de gestión del software flash, que es donde NetApp da su valor añadido”, apunta Ricardo de la Cruz.

“La tecnología de NetApp nos aporta los pilares básicos que cualquier Service Provider requiere para ofrecer su servicio, como es la estabilidad, la escalabilidad, la facilidad de la administración, la integración con otros entornos y el disponer, en un único entorno, de un amplio abanico de posibilidades de almacenamiento y de tipos de servicios de almacenamiento que ofrecer a nuestros clientes, desde una plataforma unificada”, dice el responsable de servicios cloud de acens.

La compañía de servicios de hosting y cloud se encuentra inmersa en la actualización de sus sistemas de almacenamiento a Clustered Data ONTAP, la última versión del sistema operativo de NetApp, que permite aunar varios equipos físicos en un solo sistema virtual



con crecimiento horizontal. “En estos momentos estamos en un proyecto de consolidación de almacenamiento al nuevo clúster, que incluye la adquisición de nueva infraestructura, cabinas y sistemas, y estamos analizando llevar parte de esa concentración de datos a Flash por el alto rendimiento de disco”, señala de la Cruz; “esperamos, además de crecer en rendimiento, reducir costes, porque una vez consolidas el dato, haces el sistema más eficiente, y no solo ahorras en el dato, en el disco, sino en la gestión del CPD”.

¿POR QUÉ ALL-FLASH?

La tecnología All-Flash acelera la adopción de nuevas aplicaciones y bases de datos. Según IDC, la tasa de crecimiento de datos superará el 39% anual hasta 2016. Flash responde a los retos de crecimiento desmedido de las bases de datos, pues permite consolidar servidores y bases de datos hasta un 50%, y lograr una reducción de datos de 5:1 gracias al ahorro que supone la eficiencia del almacenamiento.

La transición de HDD a flash aumenta la utilización de CPU hasta cuatro veces. Una mayor utilización de CPU reduce el número de servidores necesario, lo que permite reducir en un 50% los costes de servidores y software.



Enlaces relacionados

- [Oferta de Hosting de acens con almacenamiento NetApp](#)
- [Almacenamiento Flash de NetApp](#)
- [Caso de éxito: acens y NetApp](#)

Tecnología

para tu **Empresa**

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

>> tecnologiaparatuempresa.ituser.es



Patrocinado por:



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

Algunos de los documentos que podrás leer son:

- >> Ganadores y perdedores en la Economía global de las Aplicaciones
- >> Cinco estrategias sencillas para ayudar a habilitar un personal móvil más productivo
- >> Tres estrategias para mantener activo su negocio
- >> Cómo pueden potenciar la productividad los servidores modernos



Cómo transformar el almacenamiento en un servicio altamente disponible

El fin de un sistema de almacenamiento tradicional, al igual que el IT en general, ha evolucionado. Cuando antes su misión fundamental estaba asociada a la provisión de capacidad para el almacenamiento de datos, ahora su propósito excede su uso más básico dotando de mecanismos avanzados de protección y disponibilidad que permitan la provisión de un servicio con la mayor de las garantías. Así lo explicó Rafael Díaz-Guardamino, especialista en almacenamiento de Dell, durante el IT Webinar “Transforme su almacenamiento en un servicio altamente disponible”, que se puede ver en este [enlace](#).



Rafael Díaz-Guardamino, especialista en almacenamiento de Dell España, durante el IT Webinar

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

“El almacenamiento ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Ahora los clientes ya no solo demandan capacidad, sino también eficiencia, entendiéndolo como tal que el almacenamiento ha de dotar de un servicio eficiente, económico, ágil, rápido...”, explica el portavoz de Dell España en la sesión; “también reclaman inmediatez y disponibilidad. Cuando antes hablábamos de capacidad, ahora lo hacemos de otro tipo de parámetros”.

Ante esta situación, “la aproximación del mercado es doble: por un lado, evolutiva y, por otro, revolucionaria. Estamos en un momento de radical cambio en el almacenamiento en cuanto a su construcción. Han aparecido nuevas tecnologías, como el Software-defined Storage (SDS), entendido como hiperconvergencia. Dell busca dar soluciones en ambos”, apunta Díaz-Guardamino.

Entre las opciones que propone Dell, y que se explicaron en el seminario, figuran “la tecnología de estado sólido. Ponemos a disposición de los clientes mecanismos que automatizan el uso de esas tecnologías. Por ejem-



Descarga la presentación de este IT Webinar

plo, con la gama SC, que se sustenta en el concepto de Data progression: tiene capacidad de hacer estratificación de los datos, de forma que cada dato esté siempre en su sitio más adecuado, buscando así la eficiencia”, señala el especialista de Dell; “también ofrecemos la posibilidad de combinar tecnologías más tradicionales, como los snapshots, con otras más revolucionarias como el Software-defined Storage que, sin meter mucho hardware adicional, permite garantizar un RTO y RPO 0 y recuperar un CPD completo en caso de fallo”. Y continuó diciendo que “esto estaba centrado en la gran empresa, en empresas de gran criticidad. Hoy en día hemos democratizado mucho esto. Ahora empresas de cualquier tamaño pueden beneficiarse de esto”.

Rafael Díaz-Guardamino detalló las capacidades de la Serie SC de dispositivos de almacenamiento de Dell, entre ellas, “les aplicamos un licenciamiento adicional para conseguir réplicas de forma síncrona, y sobre todo, que haya un balanceo de la carga total en caso de que haya un desastre en uno de los CPD”. Asimismo, dijo que esta línea de soluciones permite “realizar migraciones entre

sistemas de forma no disruptiva; migraciones que tienen que ver con la progresión del servicio hacia cloud. Hablamos de Building-blocks”. Estas propiedades de la línea SC aportan a la infraestructura de almacenamiento “densidad, ahorro en el consumo energético, escalabilidad, mejoras en el rendimiento (incorpora mecanismos de tiering que hacen que solo el dato que lo necesite haga uso de la tecnología más cara y eficiente), y gestión”.

Durante la sesión también se abordó el cambio que se está produciendo en las empresas, que ahora piensan en IT como servicio de valor añadido. “Eso permite asociar el uso del almacenamiento a un centro de coste y saber el uso de la tecnología de almacenamiento que hace cada departamento”, apuntó el portavoz de Dell. “La gama SC tiene todas las capacidades para convertir TI en un servicio”, matizó, añadiendo posteriormente que “es una plataforma sencilla de gestionar, modular, que permite crecimientos escalonados aplicando diferentes mecanismos como la deduplicación, compresión o el tiering”.

Respecto al almacenamiento definido por software y la hiperconvergencia, Díaz-Guardamino reconoció que es un concepto difícil, “que todo el mundo habla de ello, pero hay diferentes definiciones según el fabricante. Habría que unificar criterios”. En este apartado, Dell cuenta con múltiples alianzas con software de terceros. Así, para su propuesta de hiperconvergencia, Dell cuenta con soluciones basadas en Nutanix como la Gama XC, “con la que somos capaces de dar hiperconvergencia a múltiples hipervisores. También tenemos soluciones con vSAN, con arquitecturas construidas, que permiten desde fábrica tener una solución con el software ensamblado”. “Y en almacenamiento definido por softwa-

re, sin hiperconvergencia, hablamos de soluciones con escalabilidad horizontal, como Scality, Nexenta o CEF, para entornos OpenStack”, apostilló para posteriormente destacar que “tenemos uno de los porfolios más amplios de la industria para Software-defined Storage”.

En opinión de este especialista, uno de los valores fuertes de Dell es el “mantenimiento de alianzas tecnológicas y la posibilidad de usar diferente software bajo un mismo hardware. Además, esto nos permite dar un soporte unificado. Ya no tienes dos puntos de soporte que marean al cliente. Tenemos soluciones paquetizadas y testadas hasta el punto de poder dar ese punto único de soporte”.

Esta sesión online y la documentación relacionada, están disponibles en este [enlace](#).



Enlaces relacionados

-  [IT Webinar: Transforme su almacenamiento en un servicio altamente disponible](#)
-  [Presentación de Dell: Transforme su almacenamiento en un servicio altamente disponible](#)
-  [Dell Storage SC Series: análisis de ESG Lab](#)
-  [Dell Storage SC Series Management Suite: hoja de producto](#)
-  [Almacenamiento definido por software: principales beneficios](#)



#ContentMarketingIT

¿Quieres conocer las claves que definen una adecuada **WLAN en la empresa?**

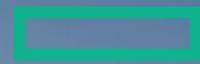
Gracias a Teldat, descubre los aspectos que una WLAN empresarial debe tener.

Accede a este documento digital y conoce las claves para disfrutar de una WLAN empresarial adecuada para tu negocio.



Las claves de una adecuada
WLAN en la empresa





**Hewlett Packard
Enterprise**



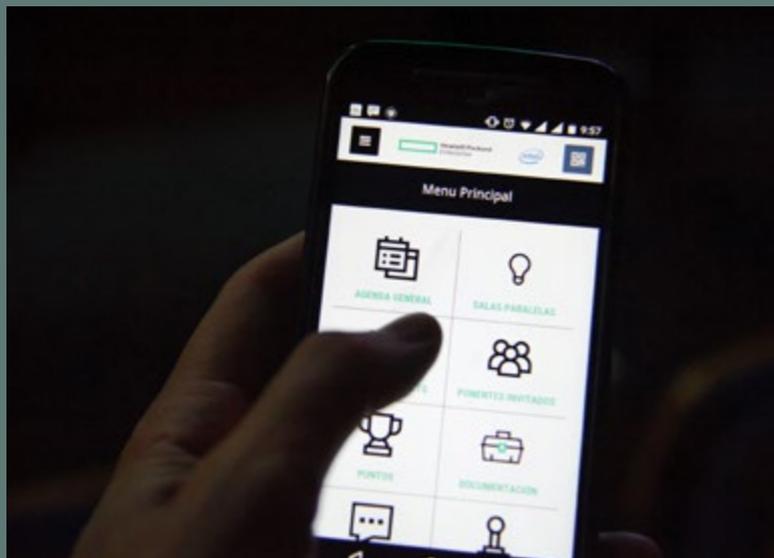
Reimagine 2016

¿Estás preparado para el cambio?



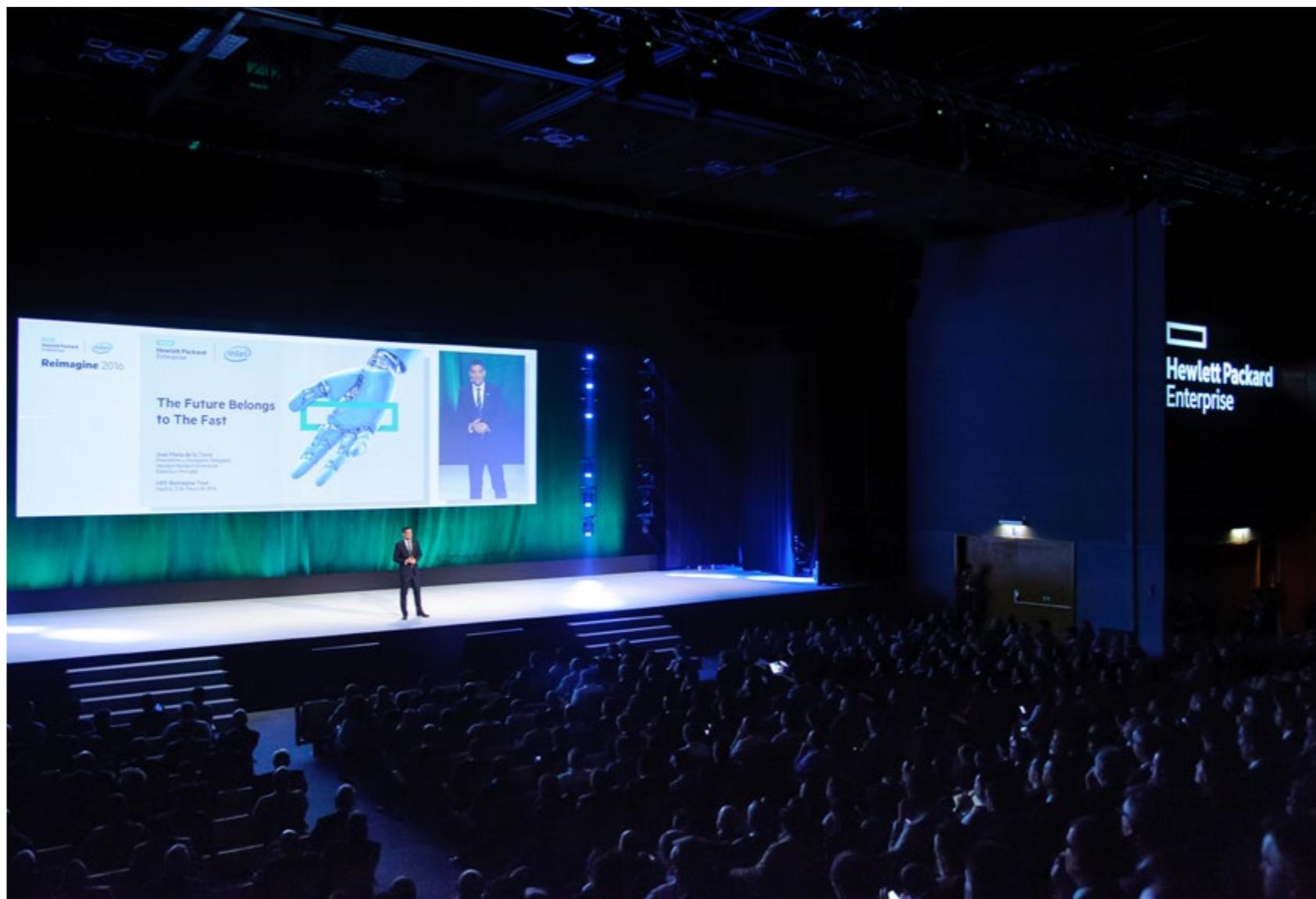
Reimagine 2016 hace realidad la transformación de las empresas

El Centro de Convenciones Norte de IFEMA en Madrid ha acogido la celebración de Reimagine 2016, la cita anual más importante de Hewlett Packard Enterprise (HPE) e Intel, una jornada en la que, a través de presentaciones estratégicas, demostraciones y casos de negocio reales, se han facilitado las claves para que las empresas aborden los retos de la nueva economía. El evento ha congregado a más de 1.000 asistentes dispuestos a conocer la forma de hacer posible la transformación digital en las empresas.



Dentro del ciclo del lanzamiento de la nueva compañía que se inició el pasado mes de noviembre, y con el foco en los retos a los que nos enfrentamos con la llegada de la nueva Economía Digital, Hewlett Packard Enterprise ha celebrado el 5 de mayo en Madrid Reimagine 2016, una oportunidad única para conocer cómo evolucionar y transformar las TI. La multinacional ha aprovechado este evento internacional para exponer su completo repertorio tecnológico diseñado para acompañar a las empresas en su camino hacia la transformación digital.

**José María de la Torre:
“Nuestro objetivo es
ayudar a transformar las
TI de los clientes para
afrontar los retos de la
nueva era digital”**



Reimagine 2016 congregó a más de 1.000 clientes y partners, demostrando la importancia de la digitalización para que las ideas puedan convertirse en realidades empresariales de éxito. Para poder llevar a cabo esta acción con éxito en la denominada Economía de las Ideas, Hewlett Packard Enterprise considera que hay cuatro aspectos que cualquier compañía debe tener en cuenta: transformar hacia una TI híbrida, proteger la empresa digital, potenciar una organización basada en datos e impulsar la productividad en el puesto de trabajo. En estas cuatro áreas de transformación se ha centrado Reimagine 2016, que ha contado con una completa agenda en la que no han faltado presentaciones estratégicas, demostraciones y casos de negocio reales.

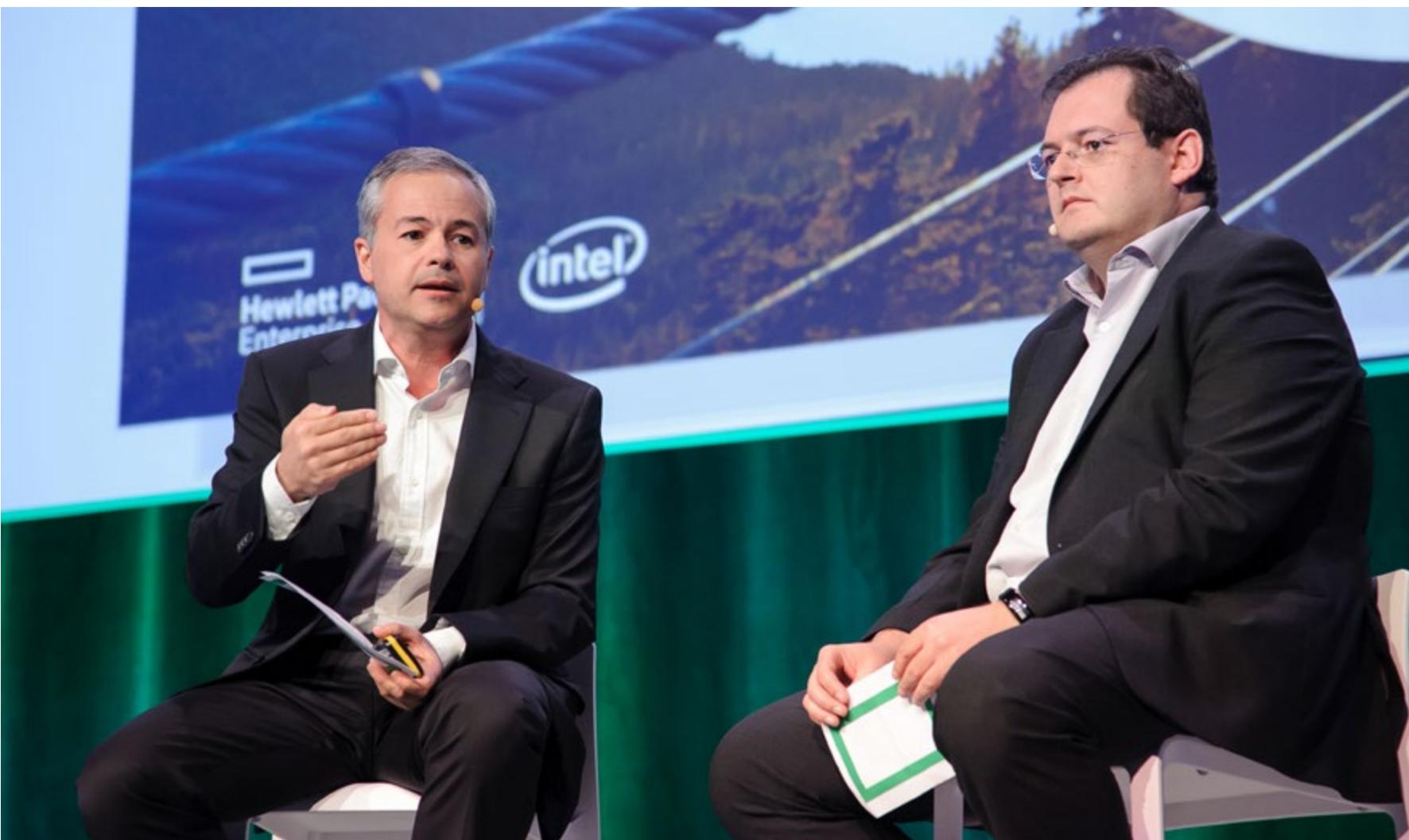
HPE aborda las claves del cambio

Reimagine 2016 se inició con una sesión plenaria en la que se abordaron, a través de diversas ponencias, el impacto de la digitalización, la gestión del cambio estratégico y las prioridades que Hewlett Packard Enterprise considera clave para las empresas.

En su ponencia titulada “The Future Belongs to the Fast”, José María de la Torre, Presidente y Consejero Delegado de Hewlett Packard Enterprise España y Portugal, señaló la importancia del momento por el que atraviesa el desarrollo de la Economía. “El impacto de la digitalización y la velocidad a la que las ideas pueden convertirse en realidad empresarial es asombroso. Tanto si se es disruptor digital para poder encontrar nuevos modelos de

negocio o nuevos modelos operativos que les permita mejorar sus ingresos, como si es una organización ya consolidada, las compañías buscan ser ágiles y desbloquear nuevas fuentes de ingresos”, ha destacado José María de la Torre, señalando que “la Transformación Digital se está acelerando y que el futuro es para los más rápidos”.

José María de la Torre habló asimismo de la presión sin precedentes a la que se enfrentan las empresas y organismos públicos, de las oportunidades existentes en un mundo digitalizado y de cómo acelerar el “time to value”. En este sentido “Hewlett Packard Enterprise nace con la misión de ayudar a transformar las TI de los clientes para avanzar hacia la economía digital”, comentó. “En



Jorge Fernández: “Se necesita un cambio cultural dentro de la organización y la gestión del cambio estratégico”

HPE estamos centrados en la innovación, una innovación que tenga continuidad en el largo plazo”.

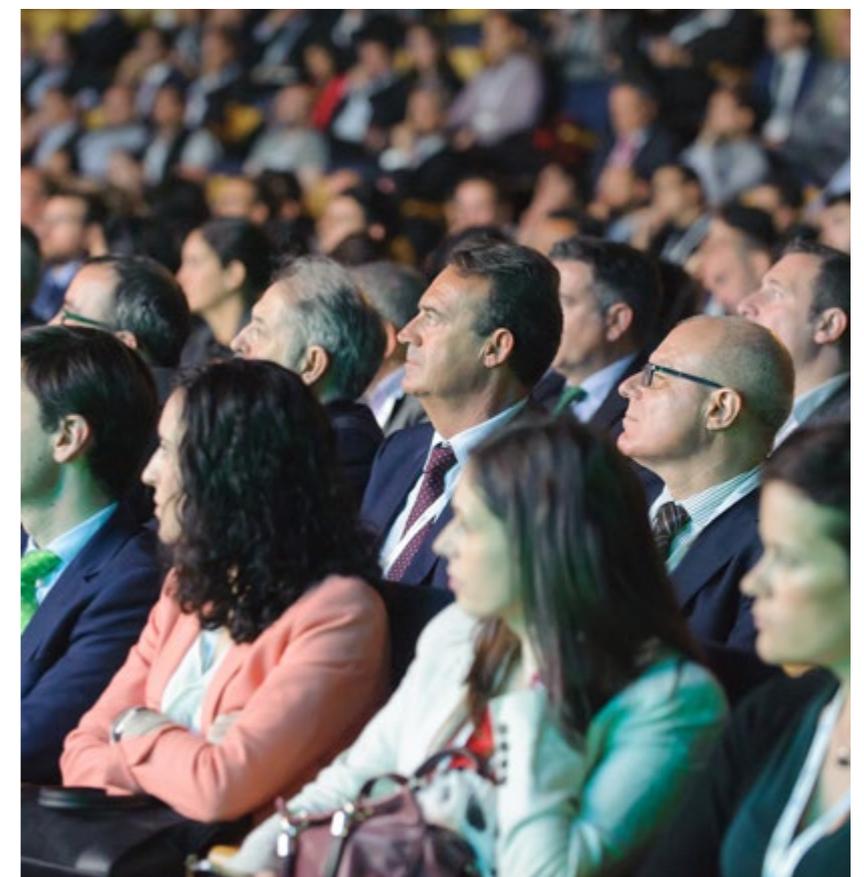
El Presidente y Consejero Delegado de Hewlett Packard Enterprise España y Portugal concluyó su intervención añadiendo que “nuestro objetivo es que ustedes salgan hoy con ideas claras e implementables para que puedan avanzar y progresar en la Economía de las Ideas. Queremos que se apoyen en Hewlett Packard Enterprise como socio tecnológico para acelerar esa transformación”.

Por su parte, en su presentación “Winning in the Idea Economy”, Jorge Fernández, Director de preventa de infraestructura, y Luis Colino, Director de preventa de software de HPE, hicieron un repaso a las cuatro áreas de transformación de la compañía, exponiendo las claves para transformar hacia una TI híbrida, a través de tecnologías como cloud híbrido, infraestructura compatible y sistemas hiperconvergentes; proteger la empresa digital,

aplicando la seguridad de forma proactiva y con una visión holística; potenciar una organización basada en datos, monetizando la información y explotando el potencial de Internet de las Cosas (IoT); e impulsar la productividad en el puesto de trabajo, potenciando la movilidad empresarial, la conectividad y la calidad de las aplicaciones móviles.

Jorge Fernández destacó asimismo los avances en la integración de TI y negocio, ya que “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 podrán ver cómo empezar en el camino y ver ejemplos reales de empresas que han realizado la digitalización y han hecho de la innovación parte de su cultura”.

Intel y Banc Sabadell exponen su visión
Intel también quiso poner su grano de arena en la Sesión Plenaria de la mano de Agustín Gallego, Director de alianzas de Intel



España y Portugal, que habló del papel de la infraestructura definida por software (SDI) como facilitadora hacia la transformación digital. “La transformación digital está cambiando cómo hacemos negocio e Intel hace dos años que inició esa transformación”, afirmó el directivo, que hizo un repaso a las tecnologías desarrolladas por Intel para la optimización de la infraestructura por software, tales como el silicio optimizado para cargas de trabajo, la batería de recursos dinámicos y la orquestación de recursos inteligentes, y anticipó que el futuro en SDI avanza hacia desagregar el servidor.

Gallego acabó su intervención afirmando que innovación y transformación digital son las claves, y que las empresas tienen que salir de su zona de confort y pensar en hacer algo diferente. “Todo ha cambiado”, señaló, “e Intel ofrece una infraestructura definida por software para iniciar el camino hacia la transformación digital y un mundo IoT conectado”.

A continuación, llegó el turno de Banc Sabadell, que expuso cómo están viviendo este proceso de transformación digital. En un diálogo con Juan Juan, Director de tecnología de Hewlett Packard



Agustín Gallego: “La transformación digital está cambiando cómo hacemos negocio e Intel hace dos años que inició esa transformación”

Enterprise, Esteve Mitjavila, Director de arquitectura de infraestructura de Banc Sabadell, desgranó en qué ha consistido el proyecto realizado junto con HPE, un proyecto que se inició en el año 2008 con la virtualización del centro de datos y que siguió avanzando hacia la virtualización y estandarización del puesto de trabajo. “Ya visualizábamos entonces una transformación del modelo comercial hacia la movilidad, y un modelo basado en el pago por uso, que fuera flexible y se adaptara a las necesidades de la entidad”, apuntó

Mitjavila. En la actualidad, 3.500 agentes comerciales de la entidad trabajan con tabletas tanto dentro como fuera de la oficina a través del proyecto Proteo Mobile.

El directivo también explicó que, desde el principio, Banc Sabadell ha apostado por el mundo cloud, ya que “la agilidad y la flexibilidad que aporta no es posible mediante un data center tradicional. El modelo híbrido es imprescindible y la visión que nos da es la de un único data center”. Esteve Mitjavila incidió en la necesidad de avanzar en la





transformación digital para seguir al frente del mercado, en especial ante la fuerte competencia que representan las fintech. “La empresa se tiene que transformar, pero tenemos muchos sistemas heredados, así que lo que estamos haciendo es un IT bimodal, creando células de desarrollo Agile, y usando cloud y modelos de DevOps en ciertas partes del banco. La visión es que poco a poco la parte legacy se vaya digitalizando”, concluyó Mitjavila.

Líderes de la nueva economía

La jornada ha contado también con un panel de casos de éxito en la Nueva Economía Digital que, bajo el lema “Leading in the idea economy”, ha contado con la participación de las empresas CartoDB, jobandtalent, ScytI y Tutellus. Los asistentes han tenido la oportunidad de escuchar a diferentes empresas que son hoy en día un claro ejemplo de quién está en la vanguardia de la transformación digital.

CartoDB. Miguel Arias, COO de CartoDB, startup líder en Location Intelligence, explicó cómo ayudan a las empresas a extraer información clave de datos geolocalizados, gracias a

su potente plataforma para el análisis y visualización de datos. “Fuentes de datos que no se pueden conectar de otra manera, gracias a CartoDB y al vector de la localización se pueden juntar para tomar decisiones de negocio”, aclaró Arias. “Trabajamos, por ejemplo, con gran banca, para optimizar una apertura o cierre de oficinas, para saber dónde posicionar cajeros automáticos, etc.”. Con más de 190.000 usuarios, tienen oficinas en Nueva York y Madrid.

jobandtalent. Carlos Fernández-Elviro, Director de expansión internacional de jobandtalent, expuso la labor de esta compañía de recursos humanos digital. “Todo ocurre dentro de nuestra plataforma, y para eso utilizamos tecnología muy basada en Big Data y machine-to-machine. Tenemos algoritmos para ser capaces de sugerir talento a las empresas y para sugerir al talento trabajos, basándonos tanto en su curriculum como en su comportamiento dentro de la plataforma y en su vida laboral, y toda la gestión se realiza de manera digital”. Actualmente dan servicio a 10 millones de usuarios y 100.000 empresas.



Las empresas CartoDB, jobandtalent, ScytI y Tutellus mostraron por qué están a la vanguardia de la transformación digital

ScytI. Pere Vallés, CEO de ScytI, habló de su actividad centrada en la transformación del mercado electoral, un mercado extremadamente anticuado donde prácticamente no ha habido penetración de las nuevas tecnologías. Según Vallés, “el objetivo que tenemos es traer software e Internet al espacio electoral para conseguir que sea más accesible para los ciudadanos y más eficiente de gestionar por parte de los gobiernos. En aquellos países que tienen problemas de fraude electoral, pueden utilizar las nuevas tecnologías como una solución para mitigar el fraude y aumentar la transparencia. Nuestra solución disruptiva por excelencia es la del voto por Internet, que va a cambiar la forma en que votamos”. 21 países ya utilizan su tecnología de voto por Internet.

Tutellus. Miguel Caballero, CEO de Tutellus, comentó que, como plataforma educativa de educación online, la startup apuesta por la fórmula colaborativa, juntando a personas que quieren aprender con personas que quieren enseñar con la ayuda del vídeo. En tres años, la compañía se ha posicionado como la plataforma de referencia en castellano, con 3 millones de usuarios y 500.000 alumnos. “Evolucionamos desde una plataforma muy sencilla a un producto cada vez más sofisticado, con suscripciones, convenios universitarios, y más recientemente empresas. Quizás seamos una de las primeras empresas que ha conseguido que un producto creado por particulares lo empiecen a comprar empresas y espero que próximamente la propia administración pública”, afirmó Caballero. □

HPE apuesta por cuatro áreas de transformación clave

Las empresas se encuentran ante una oportunidad única cuando una idea se convierte en un producto o servicio con alcance internacional. Puede ser un proceso más sencillo y rápido que nunca, pero para que sea una realidad, deben apostar por transformar su infraestructura, asegurar su empresa, explotar sus datos de negocio y mejorar la productividad de sus empleados. Esas son las cuatro grandes áreas de transformación de Hewlett Packard Enterprise, y, para hablar de todas ellas, en Reimagine 2016 tuvieron lugar cuatro sesiones en las que diversos expertos de la compañía mostraron a clientes y partners las pautas para que el TI proporcione valor al negocio de forma continua, identificando las claves para incrementar la competitividad y alcanzar las expectativas de negocio. En dichas sesiones se presentaron asimismo demostraciones y casos de éxito para mostrar la aplicación práctica de todas estas tecnologías.



Sala Transformar hacia una TI híbrida

El negocio debe ser ágil para tener éxito y se necesita una base con la infraestructura correcta, capaz de acelerar las aplicaciones que mantienen el negocio hoy y mañana a través de nuevos modelos

de entrega como la nube y SaaS (Software como Servicio). De ello se habló en la Sala Paralela de Transformar hacia una TI híbrida, donde, como explicaba Mercedes Serrano, Directora de Hybrid IT de HPE para España y Portugal, “vamos a intentar dar la solución

Hewlett Packard Enterprise considera que, para que las empresas ganen velocidad y puedan sobrevivir y prosperar en la Economía de las Ideas, necesitan avanzar en cuatro aspectos clave: deben transformar su TI hacia un modelo híbrido, proteger la empresa digital, potenciar la organización basada en datos e impulsar la productividad en el puesto de trabajo. Para mostrarles el camino en cada uno de ellos, en Reimagine 2016 se organizaron cuatro Salas Paralelas, en las que diversos expertos y directivos de empresas marcaron las líneas a seguir para que la transformación digital sea una realidad constatable

y las claves para tener éxito en la transformación digital gracias a la transformación hacia una infraestructura híbrida. Para ello hay que tener en cuenta diferentes puntos de vista. Por una parte, el Hybrid IT Supply, cómo unificar el catálogo de servicios

Mercedes Serrano: “La TI híbrida y la infraestructura como código serán elementos clave de la nueva IT”

unificando proveedores internos y externos, y cómo hacer toda la automatización de las aplicaciones cloud nativas en el nuevo mundo digital”.

La propia Mercedes Serrano abrió las presentaciones con su ponencia “Por qué una TI híbrida es necesaria para mi negocio”, donde explicó a los asistentes qué factores debe tener en cuenta el CEO en toda su organización si quiere avanzar en su estrategia digital. “En 2017, más de la mitad del gasto en TI se hará fuera del departamento de TI, y las empresas deben adaptarse a este mundo cambiante”, señaló la directiva, para quien “la TI híbrida y la infraestructura como código serán elementos clave de la nueva IT”.

A continuación, Daniel Macarrilla, Chief Technologist Director para EMEA de HPE, expuso en su ponencia “Cómo abordar el viaje



a la transformación” una serie de consideraciones de tecnología, procesos y personas para garantizar el éxito del proceso. “Se ha evolucionado de una TI tradicional monolítica a una TI multimodal con el cloud, y lo que HPE plantea es una TI híbrida, un modelo de entrega que enlaza la demanda de negocio y la provisión de servicios”, apuntó Macarrilla, añadiendo que “Hewlett Packard Enterprise tiene el hardware, el software, los servicios y la experiencia para acompañar a las empresas en su transformación”.

Luego vino el turno de Telefónica y URSA (Uralita), dos casos de éxito que muestran la experiencia de transformación de dos clientes. En el primero, José Antonio Ces, Responsable de oferta y geocomercialización de Telefónica Empresas España, expuso la visión de la compañía para gestionar la complejidad y la diversidad en la transformación digital, y cómo su apuesta por entornos multicloud se ha plasmado en Living Cloud, su propuesta para impulsar de forma global la transformación digital de las organizaciones. “Son muchos los casos de éxito desarrollados por Telefónica en 2015 y esperan muchos más para este año”, aseguró Ces. Por su parte, Joaquín Porte, CIO de URSA, habló de la flexibilidad y eficiencia que le ha reportado su transformación hacia una TI híbrida y su alineamiento con el negocio.

Finalmente, Jesús García Tello, CIO de Red.es, compartió su visión sobre los retos más inmediatos de las organizaciones en España, y la necesidad de la transformación de producto a servicio apalancándose en el conocimiento del cliente. “Ya deberíamos tener todos un roadmap de la transformación digital”, afirmó García Tello, que habló de la nueva iniciativa de Red.es “Súbete a la nube”, dirigida a fomentar esta transformación en las pymes.

Sala Proteger la empresa digital

Hoy nos enfrentamos a ciberdelincuentes organizados, naciones y regulaciones en permanente cambio, por lo que es primordial que las empresas protejan de forma preventiva las interacciones entre usuarios, aplicaciones y datos en cualquier dispositivo y ubicación. Esta fue la temática de la Sala Paralela Proteger la empresa digital, en la que, como anticipaba Karen Gaines, Directora de Servicios



Karen Gaines: “Las empresas deberían proteger sus datos digitales, sus activos más importantes”

de Seguridad para Iberia de HPE, “vamos a tratar de ver cómo las empresas deberían proteger sus datos digitales, sus activos más importantes. Vamos a presentar servicios de seguridad que abarcan desde la ciberseguridad a servicios de recuperación y almacenamiento de datos, y su aplicación en casos de éxito como los de Ferrovial y la Comunidad de Madrid”.

Gaines fue la encargada de inaugurar la Sala Paralela con su ponencia “Protege los datos en un mundo digital”, en la que hizo una introducción a la gestión del riesgo a través de soluciones de seguridad integrales. A continuación, Jesús Prieto, Security Solutions Presales, y Juan Julián Moreno, Director de preventa de software IM&G de HPE, hablaron de la tecnología de Hewlett Packard Enterprise para bloquear a sus adversarios y proteger sus



datos en su ponencia “Nuevo modelo de seguridad para la empresa digital”.

El primer caso de éxito corrió a cargo de Luis Emilio Martín Rebollo, Jefe de la Unidad de Arquitectura de Comunicaciones de la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid, que explicó cómo las soluciones de ClearPass de HPE ayudan a proteger sus datos. Según Martín Rebollo, desde la entidad pública debían satisfacer la doble necesidad de dar acceso a Internet al ciudadano y a los propios empleados en bibliotecas, hospitales, etc. y desde cualquier dispositivo, mientras que a su vez la regulación les obligaba a cumplir unos requisitos de control de accesos e identidades y protección de datos. La solución la encontraron en HPE ClearPass, que destaca por ser “una solución de control de accesos multimarca. Además, contiene una infraestructura de clave pública (PKI) que permite securizar fácilmente dispositivos Android y Apple”, aseguró el directivo.

Por su parte, Román Ramírez, Responsable de arquitectura de seguridad de Ferrovial, narró cómo el Security Competence Center (SC2) de HPE aporta a su organización servicios de monitorización avanzada de seguridad en Arcsight. “El problema principal que teníamos en el área de seguridad es que tenemos eventos de seguridad en todas las ubicaciones geográficas y en todas las áreas de negocio”, señaló Ramírez. “La monitorización cambia el paradigma de la protección –prosiguió el directivo–. Lo único que

vale es detectar rápido y reaccionar, y la monitorización compleja no os la va a dar un servicio out-of-the-box, sino trabajar con empresas como HPE y pensar cómo funcionan los eventos en tu organización”.

Karen Gaines puso punto final a las presentaciones con la ponencia “Acelera tu viaje con nosotros”, donde enumeró los pasos para mejorar la seguridad de las empresas.

Sala Impulsar la productividad en el puesto de trabajo
Brindar experiencias digitales y móviles que capacitan a los clientes, empleados y partners para crear mejores resultados empresariales, sin importar dónde están y cómo se conecten. Ese fue el propósito de la Sala Paralela Impulsar la productividad en el puesto de trabajo, un espacio en el que, a través de experiencias teóricas y prácticas, se mostraron los nuevos modelos de entornos de trabajo que abren las tecnologías de colaboración y movilidad.

Preguntado sobre lo que allí se iba a exponer, Domingo García, Director de Ventas Grandes Proyectos de Enterprise Services Iberia de HPE, dijo: “Vamos empezar con una demo, en la cual vamos a enseñar cómo la nueva oficina va a permitir a los usuarios trabajar de forma conectada desde cualquier dispositivo y lugar, sin estar atado a un puesto de trabajo tradicional”.

Según García, “la transformación del puesto de trabajo se articula en cuatro patas: la colaboración entre los usuarios, de manera que permitimos compaginar y hacer que los equipos de trabajo virtuales puedan trabajar conjuntamente; la experiencia del usuario, de manera que éste pueda trabajar y desarrollar su experiencia personal con las herramientas que le suministra la compañía; la sala virtual, de la cual hemos hecho una demostración; y por último, vamos a hablar de como HPE puede ayudar a financiar esos servicios y hacer que los clientes puedan abordar esos proyectos de transformación”. De todo ello habló en su ponencia “Impulsar

Domingo García: “La nueva oficina va a permitir a los usuarios trabajar de forma conectada desde cualquier dispositivo y lugar”



la productividad en el puesto de trabajo”, en la que hizo una introducción a nuevos modelos de puestos de trabajo.

Le siguió Jaime Matute, Responsable de Servicios Financieros de HPE, que explicó a los asistentes los diferentes modelos de consumo que ofrece Financial Services como facilitador a la hora de abordar cualquier tipo de proyecto.

De colaboración y experiencia digital habló Esther Abellán, Responsable Presales ITSM Software de HPE, cuya ponencia se centró en las nuevas formas de colaboración y experiencia de usuario en la Empresa Digital, mientras que, en su presentación “¡Bienvenido al nuevo entorno de trabajo digital!”, Pedro Martínez Busto, Responsable de Producto Aruba en HPE, realizó una



demonstración práctica de cómo podemos utilizar tecnologías de movilidad en un entorno de trabajo real. Domingo García fue el encargado de cerrar las presentaciones con un repaso general.

Sala Potenciar una organización basada en datos
La receta del éxito consiste en conocer qué preguntas plantear, qué datos analizar y cómo usar la información, y con las soluciones adecuadas se puede aprovechar el potencial de Big Data y extraer valor de datos cruciales. Ese fue el eje de las presentaciones realizadas en la Sala Paralela Potenciar una organización basada en datos, donde, como explicaba Antonio Torrado González,

Responsable de Analytics & Data Management España y Portugal de HPE, “vamos a poder experimentar un diálogo interactivo en directo entre arquitectos de solución lógica y arquitectos de infraestructura física sobre cómo diseñar una buena arquitectura de Big Data que permita a las organizaciones el retorno de valor. Vamos a poder experimentar de primera mano la tecnología de inteligencia artificial y sistemas cognitivos de Hewlett Packard Enterprise, conocer de mano de nuestros clientes proyectos exitosos en los que se ha conseguido retornar valor a estas organizaciones, y ver una demostración en vivo de nuestra tecnología Big Data”.

“Ponga en marcha la organización basada en los datos” fue el título de la ponencia de Torrado, en la que compartió la visión de HPE sobre la transformación de la organización basada en datos,

Antonio Torrado: “Una buena arquitectura de Big Data permite a las organizaciones el retorno de valor”



retos y oportunidades, y la receta para la consecución de valor. A continuación, Miguel Romero, Solution Architect de Analytics & Data Management, Manuel Rubio, Director Big Data Software, Desarrollo de Negocio EMEA, y Fran Yáñez, Consultor Preventa de Infraestructura de HPE, fueron los encargados de realizar el diálogo interactivo sobre la definición de arquitecturas de Big Data para casos de uso reales.

Hablando de casos de uso, Elías Castro, Responsable del Centro de Competencia de Inteligencia de Negocio de SERGAS (Servicio Galego de Salud) en HPE, habló de las soluciones de HPE que potencian la interacción del ciudadano con el servicio de salud. Por su parte, Francisco Iváñez Ronda, Gerente TI Servicios Portales y Contenidos de Repsol, y Joseba Díaz, Sales Executive de Analytics & Data Management de HPE, expusieron el caso de éxito de Repsol, y cómo las soluciones de Big Data de Hewlett Packard Enterprise aportan valor en un cliente del sector industria.

Finalmente, se realizó una demostración de una implementación real de tecnología Big Data de HPE, que corrió a cargo de Fran Yáñez y Miguel Romero. □

Las tecnologías de Hewlett Packard Enterprise al detalle

Son muchos los retos tecnológicos a los que se enfrentan compañías de todos los sectores y Hewlett Packard Enterprise es el socio al que acuden, porque diseña soluciones que aceleran su rentabilidad y posicionan su empresa para el éxito. Para darlas a conocer y mostrar todas sus posibilidades, en Reimagine 2016 se habilitaron 14 puntos de encuentro en los que se realizaron micro-presentaciones y demostraciones a cargo de expertos de HPE sobre tecnologías específicas, como DevOps y HPE Synergy, y su aplicación en sectores verticales, como Banca, Sanidad e Industria.

Las complejidades y desafíos se convierten en nuevas oportunidades con la tecnología adecuada, y Hewlett Packard Enterprise dispone de soluciones para todos los aspectos del negocio y para sectores de actividad de lo más variado. Una muestra de su amplia oferta la pudimos ver en Reimagine 2016, donde tuvo lugar un encuentro con expertos en el área de networking, 14 Expert Points en los que compartieron micro-presentaciones de servicios y soluciones para los diferentes sectores verticales, así como ejemplos de innovaciones tecnológicas clave para la transformación del negocio. Estos fueron los puntos de encuentro:



1. E-Salud y la Revolución Digital

El sector sanitario se enfrenta a cambios de mercado sin precedentes. La reforma del cuidado sanitario, la movilidad, la consolidación del mercado y la innovación en biociencia aumentan la necesidad de mejorar los procesos, la seguridad y la eficiencia, y HPE ofrece servicios personalizados para la transformación de la industria sanitaria. Las micro-presentaciones se centraron en la protección de los datos de salud y en E-saúde, un punto de encuentro entre la ciudadanía, los profesionales y el sistema público de salud.



Hewlett Packard Enterprise dispone de soluciones para todos los aspectos del negocio y para sectores de lo más variado

2. Digital Banking

Las empresas de servicios financieros se enfrentan a desafíos importantes, ya que deben manejar transacciones a un ritmo cada vez más acelerado, junto con las crecientes demandas de movilidad y amenazas a la seguridad, y HPE ayuda en la transformación digital de la banca produciendo mejores productos a medida y una mejor experiencia del cliente. Las micro-presentaciones trataron del entorno digital y el camino hacia la transformación, y sobre Predictive analytics.

3. Industria inteligente 4.0

La industria 4.0 es un nuevo hito en el desarrollo industrial que marcará importantes cambios en los próximos años. 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 de extremo a extremo, y HPE ofrece soluciones específicas que mejoran el desarrollo del ciclo de vida del producto y la innovación. Las micro-presentaciones pusieron foco en el proyecto de inteligencia empresarial en Repsol, y en cómo habilitar la automatización industrial en la nube.

4. DigiTelco

Los proveedores de servicios de comunicaciones (CSP) están bajo una gran presión, pues necesitan hacer crecer su negocio más rápido que la explosión del tráfico de red y la dura competencia. HPE provee soluciones que permiten reducir la brecha tecnológica y competir en el nuevo negocio de la red, ayudando a reducir gastos con NFV y Big Data. Las micro-presentaciones versaron sobre Predictive Maintenance y la transformación de los proveedores de servicios NFV+SDN.

5. Almacenamiento HPE sin límites

Los negocios de hoy exigen acuerdos de nivel de servicio agresivos. Es preciso minimizar los riesgos de pérdida de datos y la recuperación ante interrupciones. HPE elimina la complejidad de los backups y protege los datos de la manera más eficiente a través de una solución de almacenamiento totalmente flash. En las micro-presentaciones se habló de cómo ahorrar con almacenamiento Flash e invertir en el negocio, y de cómo revisar el backup, ahorrando y protegiendo los datos.

6. HPE Flexible Capacity. Consumo de HW y SW como servicio

En este Expert Point se habló de HPE Flexible Capacity, un modelo de pago por uso con el que las empresas siempre pueden disponer de la infraestructura necesaria en sus propias instalaciones y solamente pagarán cuando las utilicen. Las micro-presentaciones trataron así de Flexible Capacity: Storage as a service, y de HPE Flexible Capacity: Compute as a service.

7. Aruba. How tomorrow moves

Los asistentes a este punto de encuentro pudieron descubrir qué soluciones pone Aruba a su disposición en las áreas de Movilidad, Seguridad, SDN y Gestión para impulsar la productividad en el puesto



de trabajo. Las micro-presentaciones se centraron en el diagnóstico avanzado de Red con SDN Network Visualizer, y en la tecnología Bluetooth para Servicios de Localización y Marketing Contextual.

8. HPE Sistemas Hiperconvergentes. La base para una TI híbrida

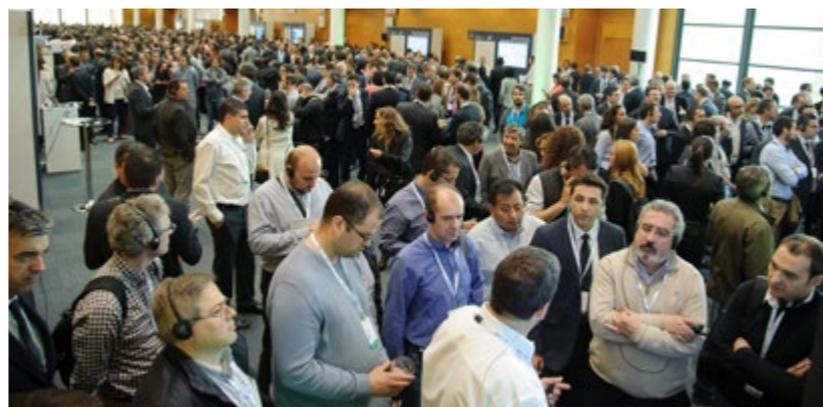
Expertos de HPE mostraron los Sistemas Hiperconvergentes de HPE, una solución ágil, simple y eficiente para las necesidades del centro de datos con la garantía de la tecnología ProLiant x86. En las micro-presentaciones se habló de los Sistemas Hiperconvergentes de HPE como base para una TI híbrida, y se vio un ejemplo de la hiperconvergencia en acción con una demo de HPE Hyper Converged 380 (HC380).

9. HPE VDI Appliance. Simplificando la virtualización

En el Expert Point se mostró una solución flexible para acelerar el despliegue y facilitar la gestión de puestos de usuario Citrix. Se hizo una micro-presentación de HPE VDI Appliance, y a continuación una demo de gestión VDI.

10. DevOps. Soluciones para acelerar la innovación

Las empresas tienen que moverse más rápido y construir mejores procesos empresariales, y las soluciones de software DevOps



unifican el desarrollo y las operaciones para acelerar la innovación empresarial y satisfacer las demandas del mercado. Las micro-presentaciones se centraron en la agilidad como componente clave del desarrollo y la integración continua, y en las soluciones para automatizar el despliegue en entornos híbridos.

11. De la gestión de operaciones a la experiencia de usuario

En este Expert Point se mostraron soluciones y software de gestión de operaciones de TI que impulsan la empresa digital al ofrecer una experiencia de usuario excepcional con velocidad y eficiencia. En las micro-presentaciones se habló de medir lo que importa con AppPulse, y de cómo transformar la operación de TI tradicional para la empresa digital.

12. HPE Synergy. Infraestructura componible

Los expertos de HPE dieron a conocer la nueva infraestructura componible de HPE, configurable por software mediante un API unificado sobre grupos de recursos fluidos para soluciones físicas, virtuales o de contenedores. Las micro-presentaciones trataron de HPE Synergy: la infraestructura como código, y también se pudo ver HPE Synergy en acción, impulsado por OneView.

13. Big Data e innovación. Gobierno de la información

Se presentaron las soluciones de HPE que te permitirán mejorar el control de los datos, sacarles el máximo partido y ver cómo HPE Haven OnDemand ofrece una ruta rápida hacia Big Data. El foco de las micro-presentaciones fue la investigación de datos y detección de fraude en entornos legales y financieros con HPE eDiscovery & HPE Investigative Analytics, y la construcción de apps con HPE Haven OnDemand.

14. Soluciones de seguridad en la Economía de las Ideas

Se hizo un repaso a las soluciones de HPE que proporcionan seguridad avanzada y eficiente para proteger las aplicaciones y los datos de la empresa en la Nueva Economía de las Ideas. Las micro-presentaciones versaron sobre el cifrado basado en identidades: eliminando la problemática de la gestión de claves, y el desarrollo de aplicaciones seguras. □





Seguridad

para el centro de datos

vmware®

Junio 2016

Seguridad para el centro de datos



El centro de datos definido por software, si bien iba a ser asumido por las empresas por factores tales como la agilidad, la velocidad y la eficiencia, ha demostrado que ofrece posibilidades más allá de estas ventajas, y una de ellas, muy valiosa para las empresas en este momento es la seguridad.

El centro de datos definido por software es el futuro

Un centro de datos definido por software aprovecha las ventajas de la virtualización y automatización y las incorpora a la estructura de centro de datos completa. La capacidad de crear, tomar instantáneas, mover, eliminar y restaurar máquinas virtuales en el software mediante programación transformó el modelo operativo de los recursos informáticos para el departamento de TI. Ahora, el enfoque definido por software permite al departamento de TI crear, tomar instantáneas, mover, eliminar y restaurar mediante programación toda una estructura de centro de datos con recursos informáticos, de almacenamiento y de redes en el software. La automatización de los centros de datos, las TI de autoservicio y una transformación total del modelo

operativo de red han resultado ser grandes ventajas de este enfoque.

La repercusión sobre la gestión de la seguridad del departamento de TI es mucho mayor que los cambios



que se deben aplicar a los recursos protegidos. El centro de datos definido por software brinda una plataforma que aborda intrínsecamente algunas restricciones arquitectónicas básicas relacionadas con el diseño de los centros de datos, las cuales han limitado la capacidad de actuación de los profesionales de seguridad durante décadas.

La capa de virtualización del centro de datos que utiliza brinda el espacio ideal para lograr tanto el contexto como el aislamiento adecuados con una aplicación ubicua. Los controles que actúan en la capa de virtualización del centro de datos hacen uso de la introspección segura del host, la capacidad de proporcionar un contexto de host de gran calidad sin usar agentes, mientras permanecen aislados en el hipervisor, protegidos ante los intentos de ataque.

La posición ideal de la capa de virtualización del centro de datos, situada entre las aplicaciones y la infraestructura física y combinada con el aprovisionamiento y la gestión automatizados de redes y políticas de seguridad, un rendimiento integrado en el kernel, una aplicación distribuida y una capacidad con escalabilidad horizontal, está a punto de transformar por completo la seguridad de los centros de datos y permitir a los profesionales de seguridad de los centros de datos lograr niveles de seguridad que, en el pasado, eran inviables desde el punto de vista operativo.

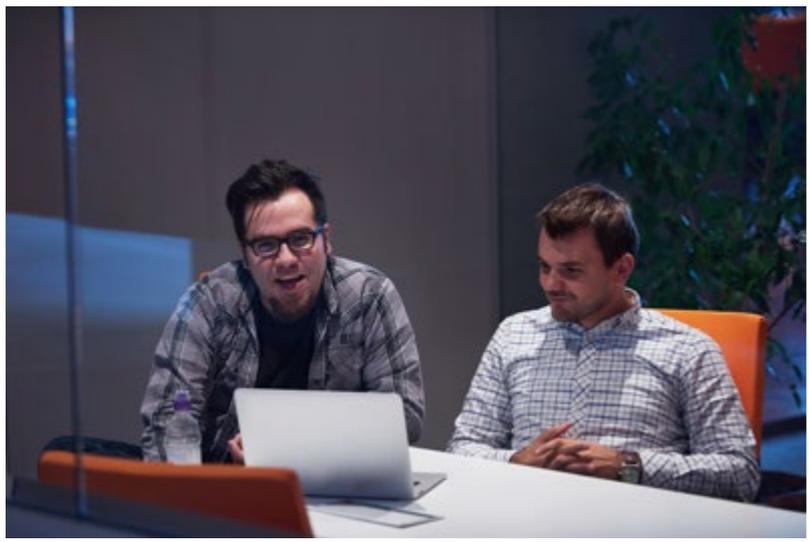
Microsegmentación de la red

La estrategia de seguridad de red basada en el perímetro de los centros de datos empresariales ha demostrado ser insuficiente. Los ataques de hoy en día rompen esta defensa basada únicamente en el perímetro a través de los usuarios autorizados y, a continuación, se desplazan lateralmente por el perímetro del centro de datos de una carga de trabajo a otra sin apenas contro-



Microsegmentación para proteger el centro de datos

[Clicar para ver el vídeo](#)



les que bloqueen su propagación. Muchas de las infracciones que han salido a la luz recientemente son un claro ejemplo de ello: desde la suplantación de identidad o ingeniería social, hasta programas maliciosos, vulnerabilidades de seguridad, mando y control y libertad para realizar movimientos laterales por el centro de datos hasta que los atacantes encuentran lo que buscan para, posteriormente, realizar copias sin autorización.

La microsegmentación de la red del centro de datos puede ser de gran ayuda a la hora de limitar dicho movimiento lateral no autorizado, pero no es viable desde

el punto de vista operativo en las redes de centros de datos tradicionales.

Los cortafuegos tanto tradicionales como los avanzados de nueva generación implementan controles como «cuellos de botella» físicos o virtuales en la red. El tráfico de carga de trabajo de las aplicaciones se dirige hacia estos puntos de control y, a continuación, se aplican las reglas para bloquear o permitir el tráfico de los paquetes. El enfoque de los cortafuegos tradicionales para lograr la microsegmentación se encuentra rápidamente con dos barreras operativas importantes: la

capacidad de rendimiento y la gestión de operaciones o cambios. La primera, relacionada con la capacidad, se puede superar a un cierto coste. Se puede adquirir la cantidad de cortafuegos físicos o virtuales suficiente como para proporcionar la capacidad necesaria para lograr la microsegmentación. Sin embargo, en el caso de las operaciones, el problema aumenta exponencialmente con el número de cargas de trabajo y la naturaleza cada vez más dinámica de los centros de datos actuales. Si hay que añadir, eliminar o modificar las reglas del cortafuegos, cada vez que se añade, se mueve

VMware NSX implementa tres modos de seguridad en las redes de los centros de datos: redes virtuales completamente aisladas, redes virtuales segmentadas y segmentación con servicios de seguridad avanzados

o se retira del servicio una nueva máquina virtual, la frecuencia de los cambios sobrecarga rápidamente las operaciones de TI. Es esta barrera la que ha supuesto el fin de los planes mejor trazados de la mayoría de los

equipos de seguridad para lograr una microsegmentación completa o estrategia de «confianza cero».

El enfoque del centro de datos definido por software de VMware utiliza la plataforma de virtualización de red NSX para ofrecer grandes ventajas con respecto a los enfoques de seguridad de redes tradicionales, tales como el aprovisionamiento automatizado, movimientos, incorporaciones y cambios automatizados en las cargas de trabajo, la aplicación distribuida en todas las interfaces virtuales y cortafuegos en el kernel con escalabilidad horizontal, distribuidas por todos los hipervisores e integradas en la plataforma.



Webinar: Seguridad intrínseca con VMware

 [Clicar para ver el vídeo](#)

Rendimiento y automatización

Es importante señalar que el objetivo del rendimiento de cortafuegos que ofrece la plataforma NSX no es sustituir las plataformas de cortafuegos de hardware utilizadas para la defensa del perímetro. La capacidad de rendimiento de las plataformas de cortafuegos de hardware está diseñada para controlar el tráfico que fluye a través de cientos o miles de cargas de trabajo que entran o salen del perímetro del centro de datos.

La plataforma NSX ofrece un rendimiento de cortafuegos de 20 Gbps y admite más de 80 000 conexiones



Andrew Hald
Principal Architect - Technical Marketing

Introducción al laboratorio práctico de VMware NSX de Andrew Hald

 [Clicar para ver el vídeo](#)

por segundo y host. Este rendimiento solo se aplica a las máquinas virtuales en el hipervisor y cabe señalar que, cada vez que se añade un host a la plataforma del SDDC, se suman otros 20 Gbps o capacidad de rendimiento.

El aprovisionamiento y la capacidad de movimiento, incorporación y cambio automatizados permiten implantar las políticas de cortafuegos adecuadas a la hora de crear una carga de trabajo mediante programación. Dichas políticas siguen a la carga de trabajo cuando éstas se trasladan a cualquier ubicación del centro de

datos o a otros centros de datos. Asimismo, si la aplicación se elimina por completo, las políticas de seguridad

La combinación de rendimiento y automatización que ofrece la plataforma NSX permite diseñar e implementar una solución de microsegmentación viable desde el punto de vista operativo en todos los niveles hasta llegar a las distintas interfaces virtuales

asociadas se eliminan del sistema igualmente. De esta forma, se elimina una importante barrera que ha impedido la presentación de una verdadera solución de microsegmentación viable.

Además, el ecosistema de partners de NSX también puede hacer uso de las funciones de distribución y automatización de la plataforma para que las empresas puedan aplicar una combinación de funcionalidades de distintos partners al vincular los servicios de seguridad avanzados y utilizar servicios diferentes en función de las condiciones de seguridad.

La combinación de rendimiento y automatización que ofrece la plataforma NSX permite diseñar e implementar una solución de microsegmentación viable desde el punto de vista operativo en todos los niveles hasta llegar a las distintas interfaces virtuales.

Seguridad nativa con tecnología NSX: aislamiento y segmentación

La plataforma VMware NSX proporciona de forma intrínseca tres niveles de seguridad a los centros de datos: aislamiento, segmentación y segmentación con servicios avanzados.

El aislamiento es la base de la mayoría de los sistemas de seguridad de red, ya sea por motivos de conformidad o contención, o bien para evitar la interacción entre los entornos de desarrollo, prueba y producción. Mientras que el enrutamiento, las listas de control de acceso o las reglas de cortafuegos de los dispositivos físicos, con una configuración y un mantenimiento manuales, se han utilizado tradicionalmente para establecer y aplicar el aislamiento, éste y el entorno multicliente son inherentes a la virtualización de red. De forma predeterminada, las redes virtuales están aisladas de

cualquier otra red virtual y de la red física subyacente, con lo que se aplica el principio de seguridad de mínimos privilegios. No es necesario el uso de subredes físicas, redes de área local virtuales, listas de control de acceso o reglas de cortafuegos para que sea posible el aislamiento. De nuevo, conviene señalar que no se requiere ninguna configuración. Las redes virtuales se crean de forma aislada y permanecen así a menos que se conecten entre sí expresamente.

Cualquier red virtual aislada puede estar formada por cargas de trabajo distribuidas por el centro de datos.

El aprovisionamiento y la capacidad de movimiento, incorporación y cambio automatizados permiten implantar las políticas de cortafuegos adecuadas a la hora de crear una carga de trabajo mediante programación

Las cargas de trabajo de una misma red virtual pueden residir en el mismo hipervisor o en hipervisores diferentes. Es más, las cargas de trabajo de distintas redes virtuales pueden residir en el mismo hipervisor.

Las redes virtuales también están aisladas de la infraestructura física subyacente. Dado que el tráfico que se genera entre los hipervisores está encapsulado, los dispositivos de red físicos actúan en un espacio de direcciones totalmente diferente al de las cargas de trabajo conectadas a las redes virtuales.

Relacionada con el aislamiento, pero aplicada a una red virtual de múltiples niveles, se encuentra la segmentación. La segmentación de redes suele ser una función de un cortafuegos o enrutador físico diseñada para permitir o denegar el tráfico generado entre segmentos o niveles de una red.



Protección de los CPD desde dentro con la Micro-Segmentación y VMware NSX



[Clicar para ver el vídeo](#)



Prepárate para la nueva regulación europea sobre los datos

 [Clicar para ver el vídeo](#)

La segmentación de redes, al igual que el aislamiento, es una función básica de la plataforma de virtualización de red VMware NSX. Un entorno virtual puede admitir un entorno de red de múltiples niveles, lo que se traduce en múltiples segmentos de capa 2 con segmentación de la capa 3 o microsegmentación en un único segmento de capa 2 mediante el cortafuegos distribuido definido por las políticas de seguridad de las cargas de trabajo.

En una red virtual, los servicios de red (capa 2, capa 3, listas de control de acceso, cortafuegos y calidad de servicio, entre otros) aprovisionados con una carga de tra-

bajo se crean y distribuyen mediante programación al conmutador virtual del hipervisor. Los servicios de red, incluidos el cortafuegos y la segmentación de la capa 3, se aplican en la interfaz virtual. Las comunicaciones de una red virtual no abandonan nunca el entorno virtual, por lo que se elimina la necesidad de configurar la segmentación de la red y realizar el mantenimiento correspondiente en redes o cortafuegos físicos.

La plataforma de virtualización de red VMware NSX básica posee características de cortafuegos de inspección con estado fundamentales para aplicar la seg-

mentación en redes virtuales. En algunos entornos, es necesario el uso de funciones de seguridad de red más avanzadas. En estos casos, los clientes pueden utilizar la plataforma para distribuir, activar y aplicar servicios de seguridad de red avanzados en un entorno de red virtualizado. La plataforma NSX distribuye los servicios de red en el conmutador virtual para formar un canal de servicios lógico aplicado al tráfico de la red virtual. Los servicios de red de terceros se pueden insertar en el canal lógico, lo que permite utilizar los servicios físicos o virtuales en el propio canal.

Otra ventaja importante del enfoque NSX es la capacidad de crear políticas que utilizan la inserción de servicios, la vinculación y la dirección del tráfico de NSX para gestionar la ejecución de los servicios en el canal de servicios lógico en función de los resultados de otros servicios, lo que permite coordinar servicios de seguridad de red de distintos proveedores que, de otra forma, no guardarían relación alguna.

El valor de la seguridad

Tal y como nos explican Moisés Navarro, business Strategist de VMware, “la compañía lleva muchos años trabajando alrededor de la racionalización, la agilidad, la automatización... y siempre incorporando capacidades de robustez, gobierno, control. Tanto en lo que respecta a los centros de datos como a los entornos de usuario (fijos o móviles, físicos o virtualizados). Por lo tanto, desde el primer momento hemos venido persiguiendo esa securización de entornos y cargas de trabajo. Ahora, gracias a las plataformas definidas por software, hemos visto que podemos llegar de manera



mucho más directa y mucho más intensa a cuestiones clave para los responsables de seguridad. Y en todo esto es clave el concepto de micro-segmentación que habilita VMware”.

Como elemento diferencial de esta propuesta “destacaría la capacidad de implementar un modelo de confianza cero (Zero Trust model) apoyado por la micro-segmentación, que aplica el control perimetral a cada elemento de infraestructura que queremos proteger. A día de hoy, la aproximación más habitual es definir islas, las cuales se intentan blindar perimetralmente, metiendo dentro los recursos que se quieren proteger. El riesgo de seguir exclusivamente una aproximación perimetral es que, una vez roto el perímetro, expandir el ataque es demasiado sencillo. Con la micro-segmentación, lo que lograríamos en primera instancia es que, una vez comprometido un recurso, no sirva como trampolín obvio de ataque a otros recursos.

Para ello ofrecemos nuestras tecnologías y servicios profesionales, junto con los de nuestra amplísima red de socios, tanto tecnológicos de cara a ofrecer soluciones, como en el área de servicios profesionales, de cara a llevar estos modelos a la realidad del cliente”.

La aproximación seguida por VMware para seguridad “sigue el patrón propuesto en nuestro modelo de software-defined business: una política corporativa desplegada por un motor unificado actuando sobre toda plataforma y todo destino donde estén presentes las cargas de trabajo y los procesos de negocio de ese cliente. De esta manera, se consigue un modelo de seguridad intrínseca y se logra una mayor homogeneidad, ya que no hablamos de una seguridad para el centro de datos diferente de una seguridad para nube pública, al igual que no hablamos del motor de seguridad que un cliente despliega en sus plataformas desacoplado del motor de seguridad que pueda usar

para gestionar los recursos alojados en plataformas de terceros”.

Pensando en el desarrollo de esta estrategia, “por un lado, de manera muy clara, continuar trabajando codo con codo con el ecosistema. Y eso nos permitirá potenciar nuestras soluciones y, algo muy importante, su aplicabilidad en entornos muy diversos. Esta expansión es crucial ya que hoy vemos claramente cómo nuestros clientes trabajan en entornos multi-cloud: nubes propias y muchas nubes de terceros. Vemos cómo trabajan en entornos multi-contexto: centros de datos, clouds, usuarios, dispositivos, containers... Vemos que deben enfrentarse al reto del cifrado en entornos dispersos, por eso trabajamos sobre la base del cifrado de red distribuido (Distributed Network Encryption), que permite al cliente decidir qué debe cifrarse dentro y fuera de su Centro de Datos. Y toda esta explosión de plataformas y servicios que usarán nuestros clientes irá a más, por lo que queremos estar ahí para ayudarles a securizar de manera viable y solvente todo ese entorno tan variado y tan variable”.



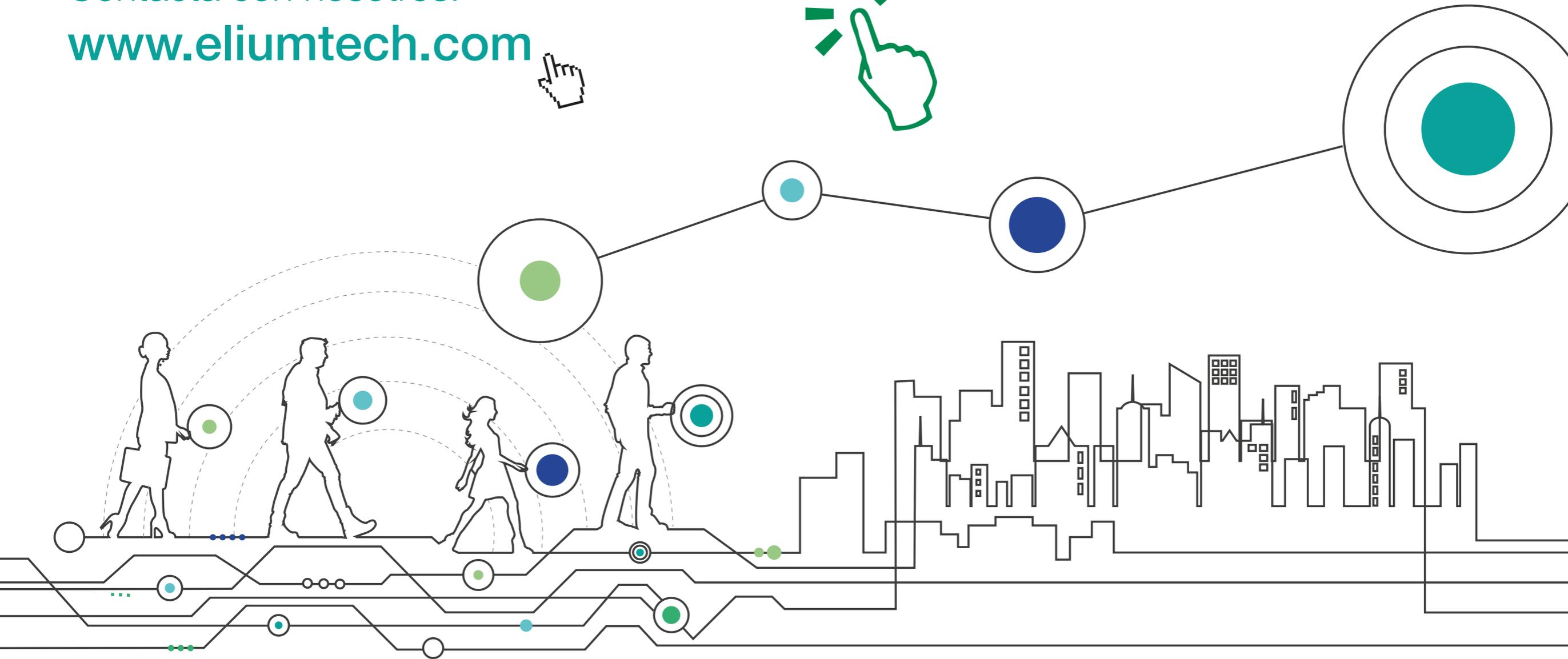
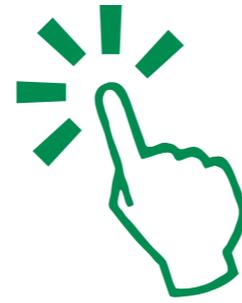
Enlaces relacionados

- [Microsegmentación dentro y fuera del centro de datos](#)
- [VMware NSX para multi-hipervisor: guía de diseño para la virtualización de la red](#)
- [VMware NSX](#)

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



Contacta con nosotros:
www.eliumtech.com



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

BENJAMIN FRANKLIN

Ambas organizaciones animan a los ciudadanos y corporaciones a colaborar con causas sociales

Fundación Adelias y Fide organizan una jornada solidaria

Samira Brigüech, presidenta de la Fundación Adelias, compartió su experiencia como voluntaria en una jornada solidaria organizada por La Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa (Fide), animando a ciudadanos y corporaciones a colaborar con causas sociales



empresas. En muchas ocasiones la sociedad es poco participativa, no porque no sea solidaria, sino porque es poco consciente de la realidad, y por ello hay que inspirar a la gente para que se implique y colabore” afirma Brigüech.

Samira Brigüech, presidenta de la Fundación Adelias, inauguró, con su participación en un desayuno informativo junto a Cristina Jiménez, presidenta de Fide, el encuentro solidario en beneficio de la salud infantil y la educación de niños sin recursos. Brigüech ha com-

partido con todos los asistentes su experiencia personal y las razones que le llevaron a iniciar su labor de voluntariado, y ha animado a ciudadanos y empresas a implicarse activamente con las causas sociales. “Ser voluntario permanente enriquece a las personas y a las

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](#).



“Ser voluntario permanente enriquece a las personas y a las empresas”

Samira Brigüech, presidenta de la Fundación Adalias

La presidenta de la Fundación Adalias tiene claro que “en cuanto conocen la realidad, muchos ciudadanos y corporaciones quieren ayudar, porque, cuando conoces de cerca el desamparo de algunas personas te involucras hasta la médula”.

Su caso es un claro ejemplo, ya que se inició en el voluntariado al viajar a la ciudad marroquí de Nador y ver la desesperada situación, primero, de varios bebés abandonados y, después, de un grupo de 45 niños enfermos



Fide
La Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa (Fide) es un proyecto colectivo nacido en el seno de la sociedad civil con una vocación claramente definida: ser un lugar de encuentro para las empresas, la administración pública y los profesionales independientes.

de meningitis sin acceso a la medicación necesaria para salvar sus vidas al no poder pagarla.

“Ante esta experiencia me di cuenta de que podía hacerse mucho moviendo algunos contactos para conseguir implicación y recursos, y así nació Fundación Adalias, con el apoyo de un grupo de profesionales y magistrados, la colaboración de empresas como Sanitas, Banco Sabadell o La Caixa, y la ayuda de muchos voluntarios que aportan dinero, tiempo, talento, conocimiento,” explica Brigüech. “Los gobiernos tienen capacidad para hacer muchas cosas, pero somos los ciudadanos los que podemos cambiar el mundo,” concluye.



TOSHIBA APOYA LA FUNDACIÓN ADELIAS

Toshiba ha decidido colaborar con la Fundación Adalias, y para ello, ha donado cuatro ordenadores personales portátiles.

Luis Polo, director comercial del fabricante en nuestro país, hizo entrega de los cuatro equipos que pasarán a formar parte del equipamiento de los domicilios donde los residen los niños y las familias antes y después de las operaciones quirúrgicas.

Sesiones informativas y actividades de carácter benéfico

Las jornadas solidarias de Fide han combinado sesiones informativas orientadas a dar a conocer de primera mano la labor de voluntarios, médicos, fundaciones y ONG, con distintas actividades de carácter benéfico,

Fundación Adelias



La Fundación Adelias nace de la mano de empresarios, ejecutivos de multinacionales y jueces que piensan, profundamente, que un mundo mejor es posible. Dedicamos 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, trabajamos construyendo hospitales, Casas Cuna, Escuelas, impulsando el progreso y el desarrollo. Movemos especialistas de un lado a otro del continente y formamos a los hombres del futuro para cambiar la realidad de las comunidades para las que trabajamos. El foco es España en materia educativa y Marruecos en el ámbito de la salud.



Las jornadas solidarias de Fide han combinado sesiones informativas orientadas a dar a conocer de primera mano la labor de voluntarios, médicos, fundaciones y ONG, con distintas actividades de carácter benéfico



D-LINK COLABORA CON LA FUNDACIÓN ADELIAS

D-Link hizo entrega de un set de productos de conectividad como forma de colaborar con la Fundación Adelias.

Antonio Navarro, country manager de D-Link en la Península Ibérica, fue la persona encargada de entregar los productos que formaron parte del rastillo solidario celebrado por la fundación y Fide en Madrid el último fin de semana de mayo.



como una feria de artesanía, un rastrillo, un concierto, la proyección de un cortometraje, un cóctel solidario, o el sorteo de varias obras de arte. La totalidad de los fondos recaudados se destinará a los proyectos de la Fundación Adelias en su lucha por mejorar la salud y la educación de niños sin recursos.



Enlaces relacionados

-  [Fundación Adelias](#)
-  [Fide](#)
-  [D-Link](#)
-  [Toshiba](#)



#ContentMarketingIT

¿Quieres descubrir el verdadero potencial de las nuevas **estaciones de trabajo**?

Gracias a HP Inc, puedes conocer todos los detalles de estos equipos.

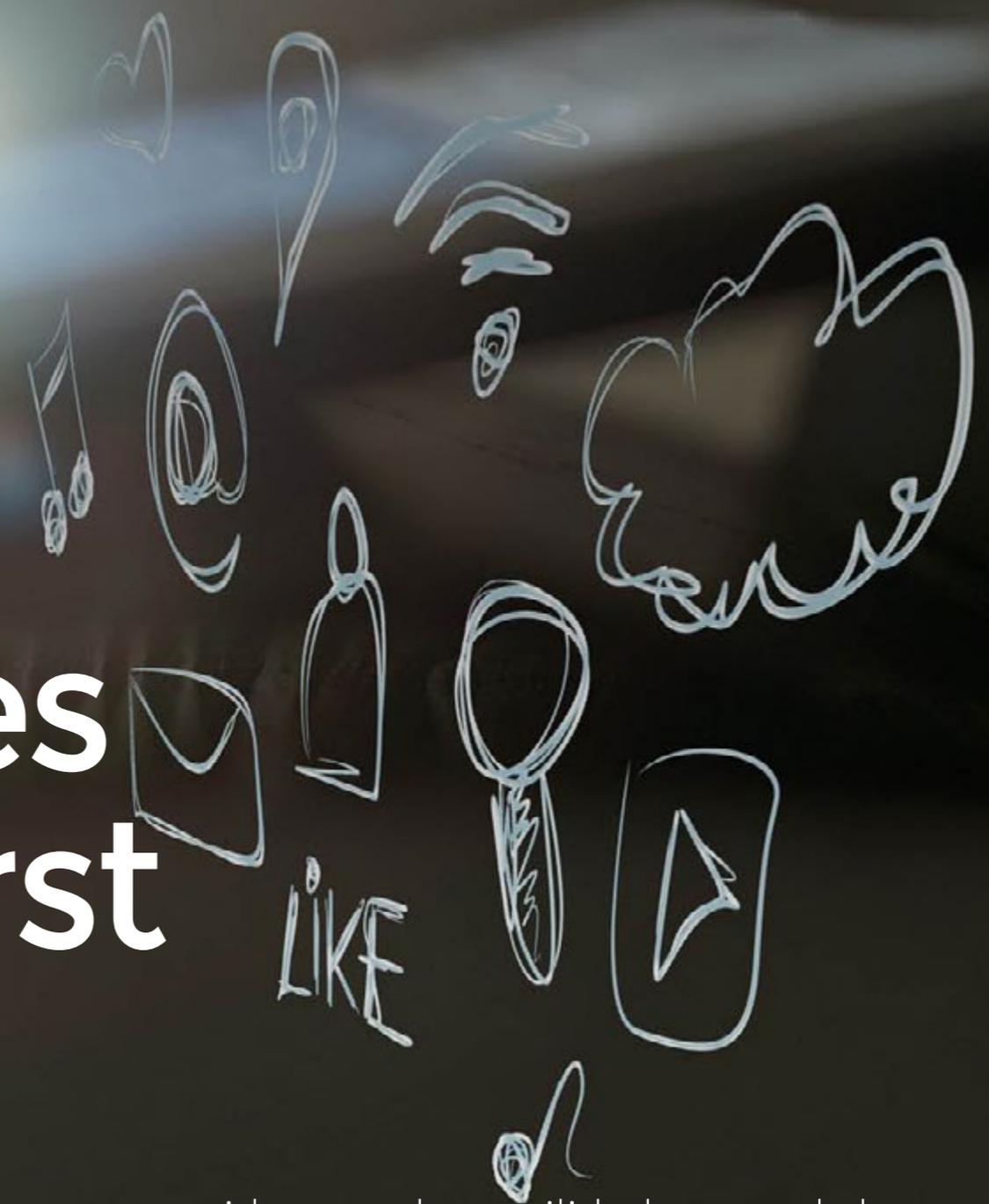
Accede a este documento digital y descubre cómo convergen fiabilidad y rendimiento en una misma plataforma.



Workstations:
rendimiento y fiabilidad al servicio
de la productividad



Retos y oportunidades del mobile-first empresarial



Forrester aseguraba recientemente que el 71% de las empresas considera que la movilidad es una de las principales prioridades y el 45% declaraba que sus empleados quieren y necesitan las herramientas y la accesibilidad adecuada para hacer el trabajo “en cualquier momento y en cualquier lugar”. Por tanto, no es de extrañar que el 55% de los trabajadores considere estar más satisfechos con su trabajo si la empresa para la que trabajan hace hincapié en eso que se ha venido a denominar mobile-first.

Un enfoque que está ganando impulso. De acuerdo con un informe de los analistas de 451 Research de octubre de 2015, el 40 por ciento de las empresas tiene previsto dar prioridad a la movilización de aplicaciones de negocios en general durante los próximos dos años.

Mucho más que aplicaciones

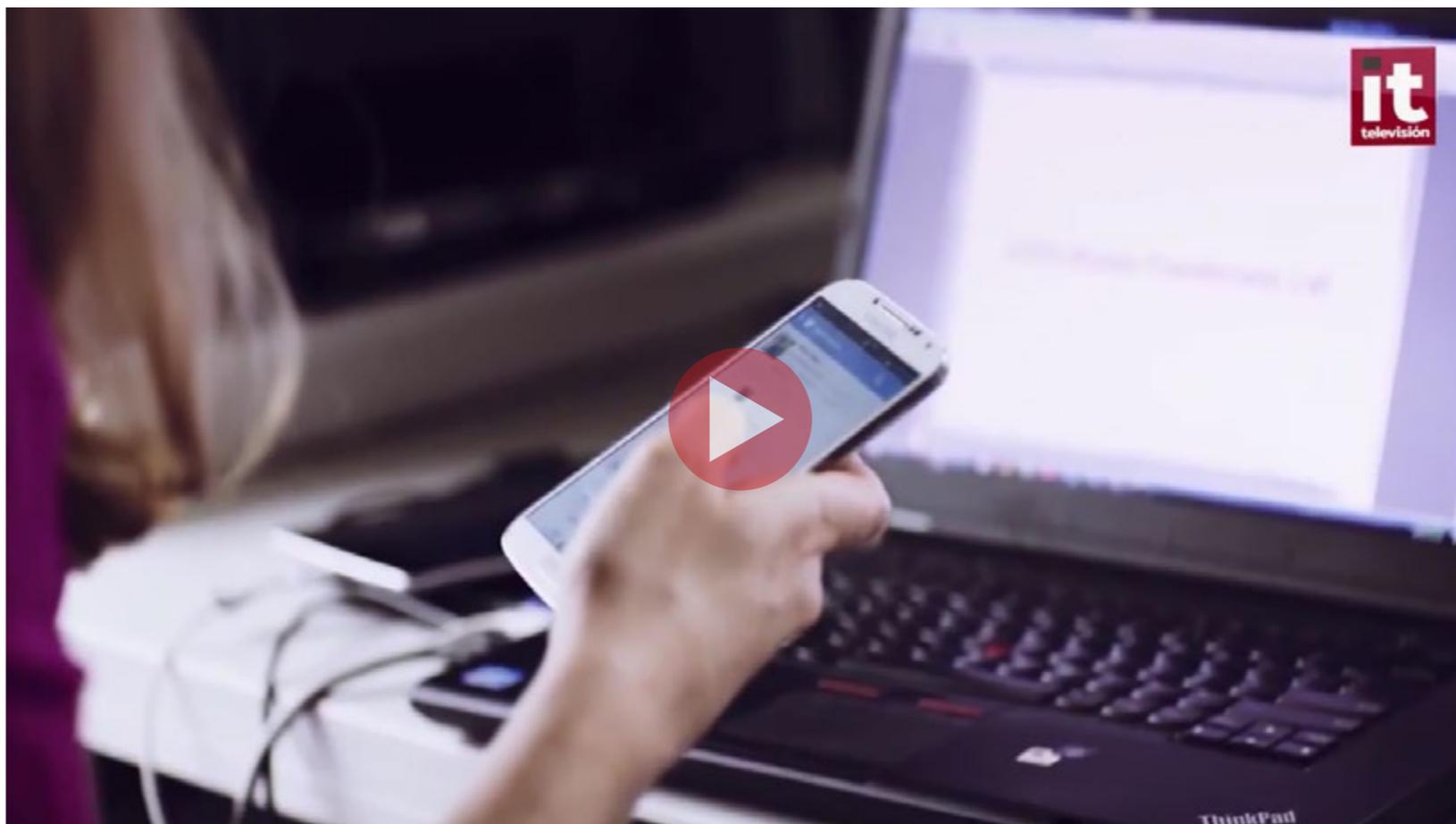
En esta carrera hacia el desarrollo de aplicaciones en el móvil, las empresas deben evaluar las diferentes opciones que tienen a su mano: el desarrollo multiplataforma nativo o con una plataforma de terceros capaz de diseñar aplicaciones para todos los principales sistemas operativos; una aplicación web; o la migración sencilla de los procesos basados en papel a un formato móvil.

Pero esta mentalidad en la que se impone la movilidad también conlleva una necesidad aún mayor

“Tenemos ya 15 millones y medio de clientes digitales, de los cuales, casi 9 millones y medio utilizan el canal móvil, con crecimientos cercanos al 60% frente a hace un año”

Carlos Torres Vila, Consejero Delegado del BBVA

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)



BYOD, quiero trabajar con mi dispositivo



Clicar para ver el vídeo

de implantar fuertes protocolos de seguridad y hacer una gestión de la movilidad eficiente dentro de la empresa.

Aunque las empresas son cada vez más móviles, para Lenovo es un hecho que en el caso de España la movilidad no está implantada al 100% en las empresas. ¿Por qué? “Porque teniendo en cuenta la situación económica actual, éstas consideran que invertir en nuevas herramientas y tecnologías supone una importante inversión de tiempo. Y sí, hay que invertir al principio,

pero a la larga el ahorro de costes que tendrían sería mayor a la inversión que tendrían que hacer”.

Pero lo cierto es que, en una sociedad como la actual, parece que pocas empresas puedan permitirse el lujo de no optar por una estrategia de movilidad que no les permita adaptarse y responder de forma inmediata a las demandas de su cliente, si es que hay alguna en esta situación.

En IDC, sin embargo, por Mobile-First entienden una estrategia mucho más allá de la capacidad de respon-



Enterprise Mobility in 2016: Five Make or Break Decisions

 [Clicar para ver el vídeo](#)

der a las necesidades corporativas en cualquier lugar, momento y situación. “Mobile First implica que las nuevas arquitecturas de la empresa, productos, canal y modelo operativo estén pensados teniendo en cuenta, desde el principio, el componente de movilidad como parte intrínseca de cualquiera de ellas. Por ejemplo, que una empresa cree un producto nuevo que pueda soportarse o venderse desde su lanzamiento por canales móviles”, señala Marta Muñoz Méndez-Villamil.

En opinión de IDC, sólo aquellas empresas que sean capaces de responder de forma ágil a la necesidad de su cliente serán capaces de sobrevivir: de acuerdo a los datos de esta consultora, en el 2020, más del 40% de las empresas actuales habrán dejado de existir tal y como los conocemos hoy día. “La empresa actual debe plantearse la movilidad no como un reto, sino como una herramienta más para lograr la ventaja competitiva que le permita estar en ese 60% restante”.

Los datos anteriormente mencionados de Forrester sobre la prioridad en movilidad no son los únicos. Según un reciente estudio elaborado de manera online, la movilidad empresarial será la principal inversión de TI en 2016. La encuesta revela que más del 90 por ciento de los responsables que tiene decisión de compra sobre las TI ven la movilidad empresarial como la función crítica para enganchar al cliente, la competitividad y la productividad en 2016.

Además, casi tres de cada cuatro (73 por ciento) de los encuestados indican que tienen la intención de movilizar a toda su organización.

Qué entendemos por movilidad empresarial

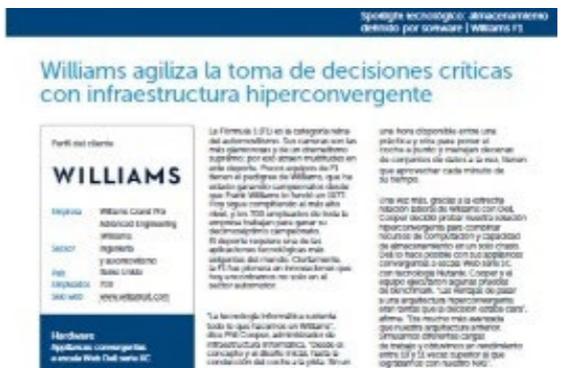
Podemos definir la movilidad empresarial como las aplicaciones de negocios y los datos que son perfectamente accesibles en cualquier lugar independientemente de su ubicación, desde equipos de sobremesa o dispositivos móviles (como teléfonos inteligentes, tabletas y wearables).

Y, como vemos, la mayoría de las empresas considera la movilidad como algo crítico para su rentabilidad.



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.



Según la encuesta online, las industrias con mayor probabilidad de adoptar la movilidad empresarial en 2016 son las telecomunicaciones (40 por ciento), servicios financieros (36 por ciento), fabricación (34 por ciento), energía y servicios públicos (32 por ciento), salud / farmacéutica (32 por ciento), transporte (32 por ciento) y retail (31 por ciento).

Una abrumadora mayoría (92 por ciento) de los encuestados coincide en que son necesarios nuevos enfoques para la movilización de toda una empresa, con

aproximadamente el 85 por ciento coincidiendo en que las aplicaciones de software personalizadas son los motores principales.

Pero, ¿qué lleva a que sean necesarias estas aplicaciones personalizadas? Eficiencia (56 por ciento), seguridad (53 por ciento) y velocidad (48 por ciento) son las tres principales razones, aunque cerca de cuatro de cada diez encuestados también señalan la productividad operativa y el compromiso con el cliente (37 por ciento) como sus principales motivadores.



The Nexus of Forces: Social, Mobile, Cloud and Information

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)



[Clicar para ver el vídeo](#)

En cuanto a los obstáculos y desafíos técnicos para lograr una movilidad completa de la empresa en 2016, el 64 por ciento citó la agilidad, rapidez y seguridad como las principales preocupaciones.

Hablando de seguridad

Teniendo en cuenta que la seguridad es siempre una de las grandes preocupaciones de toda empresa, en el caso de la movilidad el software de gestión de dispositivos móviles (MDM) será una parte importante de casi todas las estrategias de movilidad, tanto si las empresas buscan asegurar una solución existente como si optan por migrar a un nuevo sistema.

La seguridad suele ser una de las principales preocupaciones en movilidad por tendencias como el Bring Your Own Device (BYOD), tan generalizados. BYOD da a los empleados la productividad y la experiencia que esperan, pero las empresas todavía tienen que asegurar los dispositivos que interactúan con las redes y datos corporativos. Hay un delicado equilibrio en permitir a los trabajadores la libertad de acceder a los recursos

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!



“Pocas empresas pueden permitirse el lujo de no optar por una estrategia de movilidad que no les permita adaptarse y responder de forma inmediata a las demandas de su cliente”

Marta Muñoz Méndez-Villamil, IDC

corporativos con facilidad, al tiempo que se garantiza la suficiente seguridad de los datos y las redes.

La variedad de dispositivos móviles que los empleados tienen en sus puestos de trabajo es muy amplia (portátiles, tablets, smartphones, híbridos...). Y todavía no hay signos de estancamiento en esta tendencia. Según cálculos de IBM, la movilidad ha crecido un 59% en solo dos años y tres cuartas partes de las empresas planean incrementar su inversión en movilidad. Pese a que el cambio a la movilidad por parte de las empresas “viene acompañado de importantes beneficios para su negocio”, fuentes de Lenovo también advierten de que supone “varios retos que deben superar si deben contar con una estrategia móvil adecuada. Y esto no sólo significa contar con la tecnología adecuada, sino que también implica tener un conjunto sólido de servicios que garantice que la infraestructura esté conectada en todo momento”.

Por ejemplo, y además de la estrategia de seguridad, quizá el principal reto al que se enfrentan, según Leno-

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

vo, es al de llevar a cabo una correcta implementación de aplicaciones, dispositivos y usuarios. “En el caso de la empresa española, las implementaciones no se rea-

lizan de forma correcta en la mayoría de los casos, por lo que a día de hoy la movilidad no está implementada en la empresa española al cien por cien”.



Enterprise Mobility IDC MaturityScape



Clicar para ver el vídeo

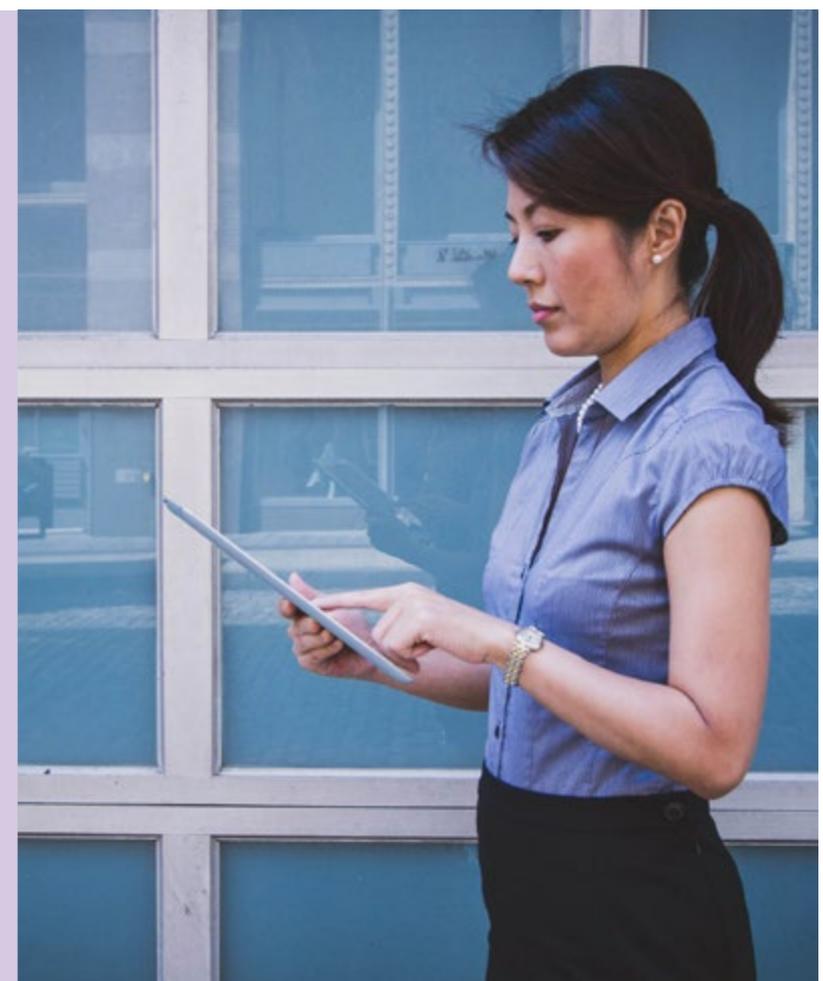
La movilidad como habilitador de otras tecnologías

La movilidad ha traído consigo muchos cambios, pero es posible que estemos solo contemplando la punta del iceberg de todo lo que esta tendencia trae consigo.

Para algunos expertos, la movilidad es el verdadero catalizador que permitirá la innovación de las empresas a través de tecnologías incipientes como la inteligencia artificial, la realidad virtual y el IoT. Aunque aún es pronto para dichas tecnologías, el móvil es el campo de batalla donde más y mejor se pueden desarrollar estrategias relacionadas con ellas. Se espera que la inteligencia artificial y los asistentes personales basados en la voz puedan conllevar el desarrollo de aplicaciones conversacionales. Mientras, la realidad virtual abrirá las puertas a nuevas oportuni-

dades para las compañías que se basen en experiencias, como juegos y entretenimiento, pero también para las empresas de automoción, marcas de viajes o minoristas.

“Quizá no sea tanto una nueva vía de desarrollo o un verdadero campo de innovación, sino que la movilidad hace posibles casos de uso para estas tecnologías que hasta ahora no eran posibles”, explica Marta Muñoz Méndez-Villamil, quien considera que se podría decir que la movilidad abre las puertas a un nuevo camino para estas tecnologías. Por ejemplo, “el uso de drones para acceder a zonas devastadas por catástrofes naturales, es algo que sólo es posible gracias al uso de soluciones de movilidad, combinado con IoT e inteligencia artificial”.



La gestión de amenazas

Más dispositivos y más aplicaciones móviles conllevan también más riesgo. Así que cuantas más empresas confían en la movilidad, más se hace necesario pensar acerca de las vulnerabilidades potenciales y evaluar las amenazas -tales como malware, intrusiones y virus- que pueden afectar a los sistemas operativos móviles que se están usando. Después de todo, una cosa es preocuparse por dar a los empleados acceso al correo electrónico en sus teléfonos, y otra muy distinta la seguridad que debe conllevar el que una compañía

procese transacciones de tarjetas de crédito a través de dispositivos móviles.

Por esto, y teniendo en cuenta todos estos riesgos, se recomienda siempre revisar la seguridad de los datos, aplicaciones, dispositivos, así como y los diferentes niveles de acceso a la red, y hacerlo tanto a nivel de hardware como de software, en la nube o en las instalaciones.

Algo en lo que incide la analista de IDC, Marta Muñoz Méndez-Villamil. “La dificultad de asegurar y gestionar distintos niveles de seguridad para los distin-

tos empleados, canales y aplicaciones se hace más complejo al incluir el componente de los dispositivos. El tipo de información al que puede acceder un empleado desde su Tablet o desde su móvil puede ser diferente, o requerir distintos niveles de seguridad. Gestionar este tipo de reto, si además incluimos la variable del Bring Your Own Device (BYOD) en la que el dispositivo es propiedad del empleado, plantea una serie de retos para los departamentos de sistemas y de seguridad, y la empresa en su totalidad, que antes no existían”.

Más dispositivos, ¿más coste?

La gestión de toda esta variedad de dispositivo añade más complejidad y más retos para los departamentos de sistemas, pero no tiene que conllevar necesariamente más costes ya que en este escenario multiplataforma, fundamentado sobre programas de BYOD, el coste del terminal corre, en muchos casos, a cargo del empleado mismo.

En cualquier caso, el coste asociado con el desarrollo, instalación y mantenimiento de las distintas aplicaciones, arquitecturas, sistemas y seguridad para soportar este escenario sí corre a cargo de la empresa y es por este motivo que “requiere de un control riguroso y exhaustivo. No se trata tanto de evitar este coste, sino de asegurar que está controlado, y que tiene un Retorno de la Inversión para la organización en el corto, medio y largo plazo. Cualquier empresa que emprenda una estrategia de movilidad ha de ser capaz de asegurar dicho retorno”, explica la analista de IDC.

Además, bien utilizada, la movilidad puede suponer, al menos para Lenovo, un ahorro de costes para las empresas. La clave está “en implementar la movilidad por



IDC | Enterprise Mobility



Clicar para ver el vídeo

medio de tecnologías que permitan mantener segura la información y bajo políticas claras que regulen esta nueva modalidad de trabajo”.

El riesgo de quedarse atrás

Estrategia de dispositivo móvil y la selección del operador, el despliegue y el apoyo permanente, la logísti-



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.



LA MOVILIDAD EN LA BANCA. EL CASO DEL BBVA

El BBVA es un banco con más de 150 años de historia que en la actualidad, y según sus propios números, cuenta con 15 millones y medio de clientes digitales, de los cuales, casi 9 millones y medio utilizan el canal móvil, con crecimientos cercanos al 60% frente a hace un año.

La apuesta por la movilidad es algo evidente en el caso de la entidad, que tiene varias aplicaciones móviles, incluso para los relojes inteligentes (tanto iOS como Android). Incluso ha invertido en Atom, el primer banco exclusivamente móvil de Reino Unido que está creando una experiencia concebida para el móvil con uso de tecnologías biométricas como el reconocimiento facial y de voz.

No en vano, y tal y como señalan fuentes del BBVA a IT User, “el móvil se ha convertido en el canal preferido de los clientes para la interacción con los servicios digitales”.

Algo que se refrenda con los datos del informe Mobilizing for Loyalty, elaborado por la consultora Bain & Company, según el cual un 35 %, o lo que es lo mismo, más de un tercio de las interacciones que reali-

zan los españoles con la banca se hace ya mediante el móvil. Este sexto estudio anual sobre los comportamientos en banca, elaborado a partir las respuestas de 115.000 clientes de entidades bancarias internacionales -7.500 de ellos españoles-, advierte de que los españoles ya ven como un inconveniente tener que usar las sucursales bancarias para hacer transacciones básicas.

La propuesta de BBVA se centra en ofrecer la mejor experiencia de cliente, impulsar las ventas digitales, especialmente desde el móvil, y desarrollar nuevos modelos de negocio tanto internamente como con alianzas de terceros. “Nuestra app de banca online ya incluye muchas de estas nuevas experiencias”, inciden estas fuentes, que destacan que la app de BBVA se actualiza de manera permanente y tiene pequeñas mejoras continuas con las que se pretende hacer más fácil la vida de los clientes del banco.

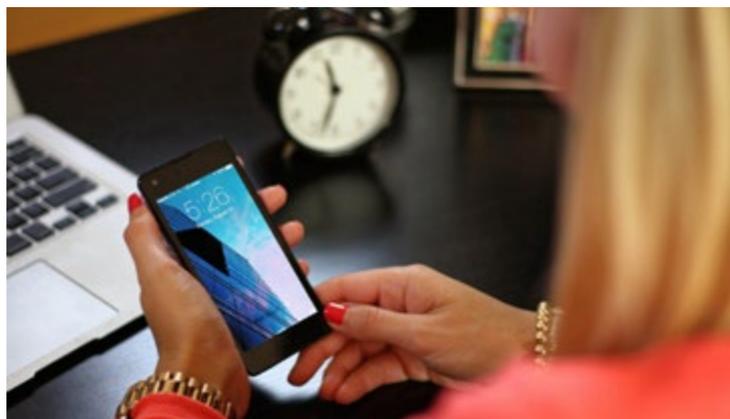
Entre otras, esta aplicación tiene funcionalidades concebidas para ser un valor añadido propio como el poder apagar y encender tarjetas desde el móvil en tiempo real (si pienso que he perdido la tarjeta la apago; llego a casa y la encuentro, la vuelvo a encender); pagar recibos que no tienes domiciliados enviando una foto de la factura directamente desde

la app móvil o pedir cita con el gestor personal para hacer visitas cara a cara en la oficina.

En el BBVA se vanaglorian de haber sido pioneros con el pago móvil en España y en el mundo con el uso de la tecnología HCE. Esta tecnología permite que se puedan realizar pagos sin tener que cambiar de tarjeta SIM como sucedía hasta su implantación, ya que tiene los elementos seguros en la nube. BBVA fue el primer banco del mundo en integrarlo, según estas fuentes, con las especificaciones de Visa.

BBVA Wallet, una de las aplicaciones móviles del banco, está disponible en España, Chile, México, Estados Unidos y Turquía, en este último bajo el nombre BonusFlas. BBVA Wallet es una aplicación de pago con el móvil que permite controlar el gasto de cada tarjeta, delimitar su uso al comercio electrónico o sacar dinero de un cajero y bloquear temporalmente una tarjeta. BBVA Wallet supera los 3,5 millones de descargas a nivel global y el banco espera alcanzar los 5 millones a finales de 2016.

Para Carlos Torres Vila, Consejero Delegado son los clientes los que están indicando claramente el camino a seguir, “que es el camino que hemos tomado en el banco”, porque los clientes están utilizando crecientemente los canales digitales.





#ContentMarketingIT

¿Conoces las oportunidades y retos de la **Banca** en la **Transformación Digital**?

Gracias a Huawei, puedes analizar cómo la Transformación Digital está impactando en la Banca.

Accede a este documento y descubre el impacto en el sector bancario de la Transformación Digital.



La Banca ante
la Transformación Digital:
retos y oportunidades



“Además de contar con una solución completa de seguridad, es fundamental tener una adecuada implementación de las aplicaciones, los dispositivos, los servicios y los usuarios”

Lenovo

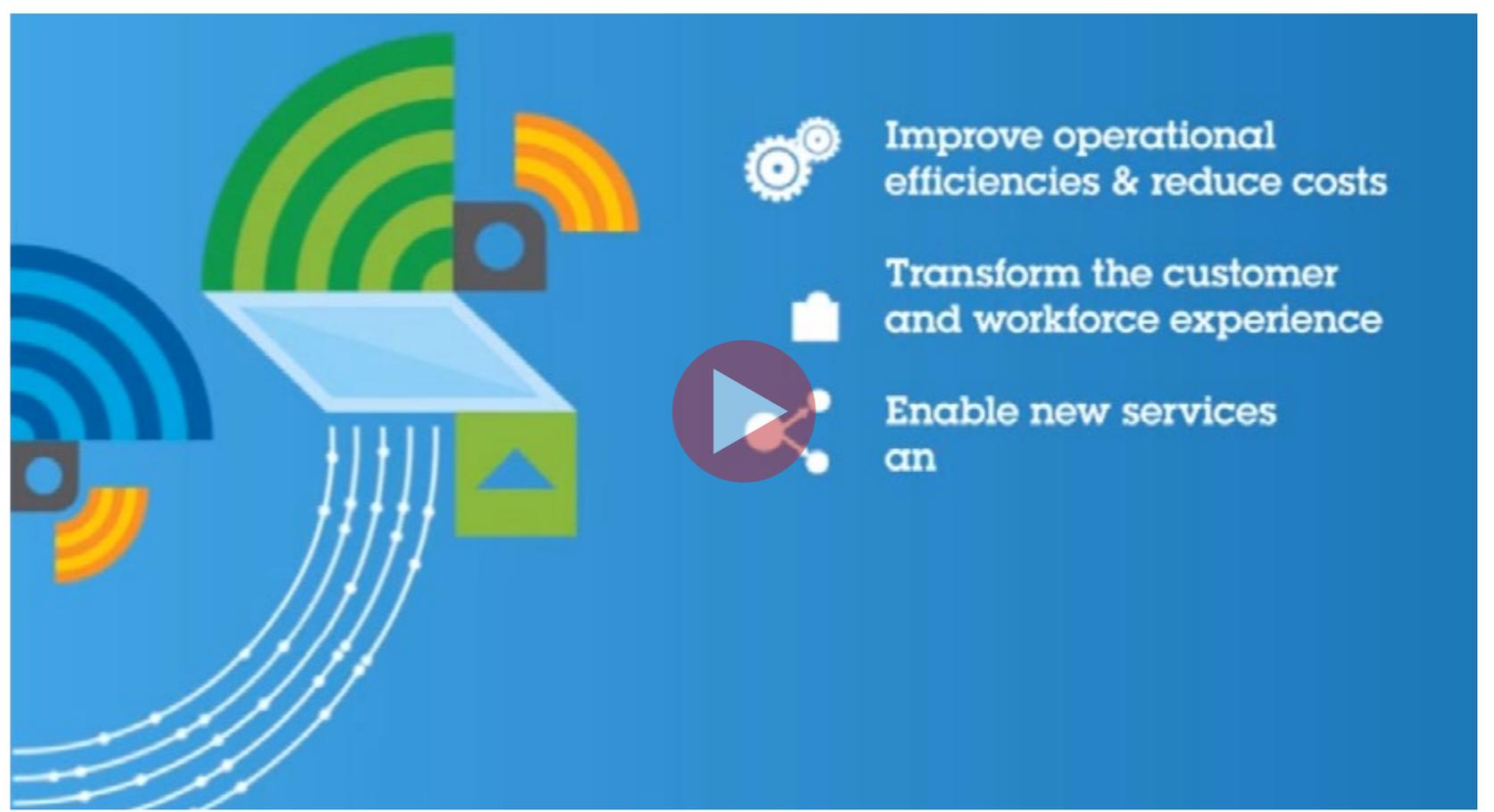
ca, la seguridad, la gestión de amenazas, desarrollo y gestión de aplicaciones, gestión de políticas... En muchas empresas hay varios socios para gestionar estas actividades, pero no importa que se encarga de su estrategia móvil, ahora es el momento para actualizar su entorno para aumentar la eficiencia y la seguridad.

El entorno de movilidad empresarial de hoy requiere una mezcla de productos y soluciones para satisfacer las demandas de una fuerza de trabajo cada vez más móvil.

Las empresas que no se adapten se quedarán atrás. Sin embargo, son muchos los CIO que consideran que tienen que salvar importantes obstáculos para lograr que sus empresas estén más enfocados hacia lo móvil. De acuerdo con un informe reciente de Citrix, la lista de sus principales dolores de cabeza es la falta de controles de seguridad (38%), los sistemas anticuados no aptos para la movilidad (37%) y el desafío que supone dar soporte a múltiples sistemas operativos (36%). La superación de estos obstáculos podría resultar en grandes beneficios para la empresa. Y en base a un estudio reciente realizado en la Sloan School of Management del MIT, las empresas que consideran que la movilidad es una prioridad y quienes tienen iniciativas en torno a ella son un 26% más rentable.

Como cualquier tecnología, la movilidad pasa por varias fases de madurez, y “no todas las empresas se encuentran igualmente capacitadas para aplicar las distintas ventajas que ofrece la movilidad de igual

forma”, explica Marta Muñoz Méndez-Villamil. “Afortunadamente, no se trata de una tecnología nueva, sino que ha estado presente en el entorno corporativo de una forma u otra durante varias décadas. Esto ha permitido que distintas empresas la hayan adaptado de una forma u otra de acuerdo a sus necesidades, y permite también, que existan los suficientes casos de uso, y de éxito, para poder aprender de ellos a la hora de plantearse una estrategia de movilidad”. En opinión de esta analista, no se trata tanto de estar “a la última” sino de asegurarse de que la estrategia escogida



How IT Services Enables Your Mobile Enterprise

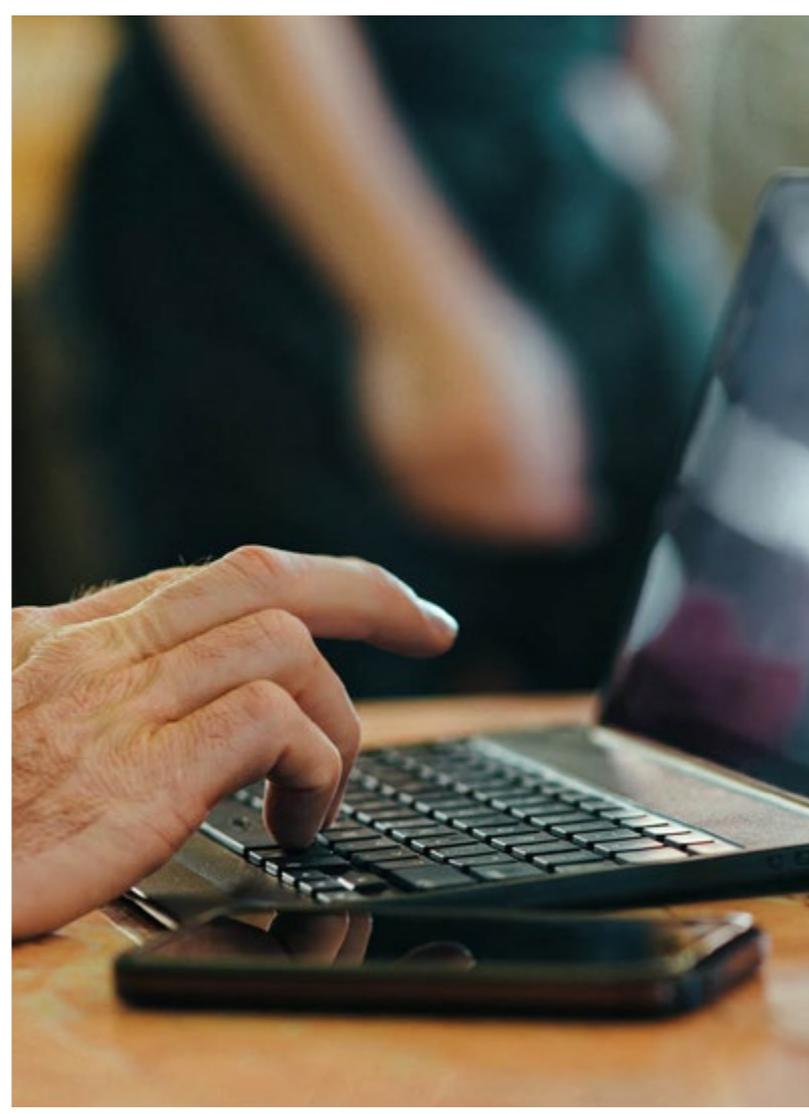


Clicar para ver el vídeo

Una abrumadora mayoría de las empresas coincide en que son necesarios nuevos enfoques para la movilización de toda una organización

se adapta a las necesidades actuales de la empresa y se ajusta a su estrategia a largo plazo.

Por eso, además de contar con una solución completa de seguridad, es fundamental tener una adecuada implementación de las aplicaciones, los dispositivos, los servicios y los usuarios. Además, deben contar con soluciones que aúnen la gestión de las aplicaciones, los dispositivos y los datos en una gestión centralizada de identidad y una plataforma de refuerzo de las políticas para que los trabajadores estén habilitados para trabajar eficazmente en cualquier sitio y en cualquier momento.



Mobile first, always on

Esta movilidad imperante conlleva también una conexión permanente a Internet. Aunque se suele achacar a los millenials la querencia y necesidad por estar siempre conectado, lo cierto es que la nueva economía de los datos hace que muchos tengan ese miedo a perderse algo y a recibir notificaciones según se producen los acontecimientos.

De igual manera, el hecho de que las empresas permitan que los empleados utilicen sus dispositivos personales para cuestiones laborales también conlleva que las barreras entre lo personal y lo profesional se difuminen cada vez más. Algo a lo que también contribuye el nuevo paradigma laboral en el que importa la consecución de objetivos, independientemente del lugar donde se realicen las tareas y sin estar necesariamente sujetos a un horario estricto e impuesto.

La movilidad, tal y como recuerda Lenovo, ha permitido que tendencias como el 'teletrabajo' sean cada vez más predominantes en las empresas. De hecho, "el mero hecho de trabajar desde casa o desde cualquier otro lugar supone una buena iniciativa de conciliación



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.





Movilidad:
avanza la transformación
del puesto de trabajo

Movilidad: avanza la transformación del puesto de trabajo



[Clicar para ver el vídeo](#)

que contribuye en el bienestar del empleado”. Pero este escenario en el que estamos todo el rato conectados y, por tanto, todo el tiempo disponibles, conlleva el reto de mezclar tu tiempo de trabajo con el personal. Fuentes de Lenovo consideran que es responsabilidad de cada uno el saber dónde están los límites y el establecer un perfecto balance entre la vida personal y profesional. “También las empresas somos responsables a la hora de ayudar a los empleados a conseguir ese balance con iniciativas y políticas que hagan que la movilidad no suponga un reto para su vida personal”.

Esta consumerización de IT tiene, no obstante, muchas ventajas, tal y como nos recuerda la analista de IDC, quien enumera algunas de ellas, como el que la adopción de tecnología en el entorno corporativo sea cada vez más rápida, “garantizando el éxito de las soluciones que se introducen en la empresa. Aplicaciones como las de comunicaciones unificadas, se asimilan de una forma mucho más rápida y ágil en la empresa cuando un gran número de empleados ya está acostumbrado a utilizar soluciones de videollamada en su entorno personal, tipo Skype, por ejemplo”.

Pero, al mismo tiempo, debemos ser capaces de abordar una serie de retos, principalmente para los departamentos de sistemas. No en vano, el empleado tiene acceso y conoce aplicaciones “con las que se siente cómodo más allá de las que pueda tener disponibles en el entorno corporativo, y quiere seguir utilizándolas en este entorno. Soluciones como Wetransfer o Whatsapp, por ejemplo, son utilizadas por los empleados sin el beneplácito de los departamentos de sistemas en muchos casos, lo que puede plantear brechas de seguridad y pérdida de control”, lo que genera lo que se ha dado en llamar el Shadow IT, o tecnologías en la sombra (aquellas que se utilizan sin la aprobación del departamento de sistemas), tendencia de la que tanto se viene hablando en los últimos años. Son una red paralela de soluciones tecnológicas, utilizadas por un





El hecho de que las empresas permitan que los empleados utilicen sus dispositivos personales para cuestiones laborales también conlleva que las barreras entre lo personal y lo profesional se difuminen cada vez más



gran número de empleados, y no siempre controladas ni gestionadas por los responsables corporativos, lo que nos vuelve a llevar al punto de la seguridad.

Pero esto no nos debe hacer creer que el departamento de sistemas es el más afectado por la tendencia de la movilidad y sus consecuencias. Aunque en opinión de Marta Muñoz Méndez-Villamil, es quizás el departamento de sistemas el que más afectado se ve, entre otras cosas porque dicho departamento está viendo “como las decisiones sobre tecnología, y los presupuestos, cada vez más se toman y comparten con otros departamentos y líneas de negocio”, lo cierto es que todos los departamentos de la empresa se están viendo afectados por las tendencias tecnológicas actuales, desde

la movilidad hasta los entornos en la nube o el uso de las analíticas. Eso sí, el departamento de sistemas, sin embargo, tiene el papel crucial de asegurar y gestionar el buen funcionamiento de las distintas soluciones en todos los ámbitos de la empresa. “Podría decirse que es el aceite que mantiene el mecanismo engranado”, por lo que “ha de adaptarse de una forma más rápida que otros, por el riesgo que conlleva que no sea así”, sentencia esta experta.

Fuentes de Lenovo consideran, por su parte, que aquellos departamentos cuyo capital humano necesita estar conectado en cualquier momento y lugar son en los que más impacta la movilidad, especialmente en los departamentos de ventas, los responsables de TI y

sistemas e incluso los comités directivos de las organizaciones. No obstante, Lenovo está convencido de que una “adecuada estrategia de movilidad empresarial implica que el cambio se produzca en la totalidad de la empresa. Si no, no estaríamos ante una estrategia efectiva y esto puede traer riesgos para las empresas”.



Enlaces relacionados

[¿Quiere leer de forma íntegra las entrevistas realizadas para la elaboración de este reportaje?](#)

[2016 Trends in Enterprise Mobility](#)

[Entornos de trabajo inteligentes: la oficina del futuro](#)

[Informe Ditrendia Mobile en España y en el mundo 2015](#)

[Gartner Magic Quadrant for Enterprise Mobility Management 2015](#)

[¿Qué es la movilidad empresarial?](#)

[Noticias de movilidad](#)

[5 key mobile trends for 2016](#)

[World Mobility Perspectives: 2016 global mobility trends](#)



#ContentMarketingIT

¿Quieres conocer las ventajas para el negocio del **almacenamiento NAS**?

Gracias a Synology, puedes descubrir los beneficios del almacenamiento NAS.

Accede a este documento digital y descubre lo que el almacenamiento NAS puede aportar a tu negocio.



Almacenamiento
NAS

Synology®

Movilidad y empresa: aún quedan retos por asumir

Mucho tiempo se lleva hablando del binomio empresa y movilidad, una tendencia que llegó hace algunos años al mercado con grandes crecimientos y que lejos de desfallecer o desaparecer, lo cierto es que parece tener tan buena salud como el primer día. Si miramos las empresas, difícil es encontrar alguna que no cuente con algo de movilidad, pero lo que nos hemos querido preguntar en esta Mesa Redonda IT es cómo es la realidad actual de la movilidad en la empresa, qué retos tienen que asumir las empresas todavía en pos de un total desarrollo de esta tendencia, y qué problemas pueden encontrarse por el camino.

Y para poder valorarlo, hemos querido invitar a Genaro Escudero, cloud client-computing solutions specialist de Dell; Javier Lainez, head of IT Services Transformation Spain de Fujitsu; José Luis Rico, Mobility Business Development manager de HP Inc; Javier Naranjo, consultor de Movilidad de IBM; Luis Polo, director comercial de Toshiba; y Juan Miguel Haddad, responsable Unidad de Negocio de Puesto de Trabajo de VMware.

En primer lugar, quisimos conocer la opinión de nuestros invitados sobre el momento que vive la movilidad en la empresa. En palabras de Genaro Escudero, “la



movilidad, que ha venido muy impulsada por los usuarios y las comunicaciones, presenta un desafío para TI, porque tiene que ser adaptada a su infraestructura y su negocio. Ya no tienen que verlo como dar el servicio a un puesto, sino a un usuario, al que tienen que dar



“Se entiende por movilidad conectar al usuario, pero, en realidad, es llevar al usuario la oficina”

**Genaro Escudero,
cloud client-computing solutions
specialist de Dell**



Movilidad en la empresa: retos para el progreso del negocio

[Clicar para ver el vídeo](#)

las herramientas para trabajar y acceder. Estamos en esa fase en que las empresas empiezan a ver más casos de uso, más complejos, pero lo ven no tanto como un servicio que dar, sino como una forma de impulsar el negocio. Es un doble desafío”.

Para Javier Lainez, “el foco está ahora en el nivel de madurez de la movilidad. Ser capaces de trabajar con los clientes y analizar este estado, además de definir hacia dónde quieren ir y cómo llegar. Nuestra aproximación no se centra en los dispositivos ni en las tecno-

logías, sino en acompañar a los clientes en ese camino, definiendo el modelo de puesto de trabajo que cumple con los objetivos del negocio. Es un enfoque consultivo del que, evidentemente, se derivarán consecuencias tecnológicas, pero creemos que, en general, sí hay elementos móviles en las compañías, pero el concepto de movilidad más global está todavía lejos de ser implementado.

En opinión de José Luis Rico, “es un extraordinario momento para la movilidad. No es igual en todos los

sectores. Hay algunos muy desarrollados, como logística o transportes, con soluciones de movilidad muy implantadas en los procesos desde hace tiempo, pero hay otros donde está empezando a explotar. Y nos referimos a una movilidad profesional, definida por la seguridad, el diseño de los dispositivos... Se están empezando a dar las condiciones para que no hablemos solo de movilidad, sino de movilización de procesos e integración de esos procesos en el negocio. Por parte de la tecnología, existen las bases para satisfacer tanto a TI como al usuario, por lo que el momento es óptimo para que se integre realmente en las organizaciones”.

Según Javier Naranjo, “la movilidad es algo que vemos en los clientes día a día, pero creemos que es un concepto un tanto inmaduro, porque, muchas veces, se confunde movilidad con poder trabajar desde un smartphone o una tableta, y no se define un entorno real de movilidad en el trabajo, un concepto en el que el usuario puede trabajar desde cualquier sitio, basándose en



“Cuando valoramos los elementos de movilidad de TI, hay que introducir muchos más, porque tiene que cambiarse la forma en la que se trabaja”

Javier Lainez, head of IT Services Transformation Spain de Fujitsu

un perfil. Pero no se trata solo de contar con soluciones de virtualización y cloud para llegar a la movilidad, sino que hay que entender al usuario y definir lo que necesita y dónde está. En definitiva, hay una oportunidad muy grande, pero la inmadurez en el mercado está ahí”.

Por su parte, Luis Polo apunta que desde Toshiba “llevamos 31 años fabricando portátiles, que son el paradigma de la movilidad, así que entendemos que la movilidad es un reto continuo que está en constante desarrollo. Evidentemente, la situación actual es favorable al uso de dispositivos móviles, apoyándose en conceptos de conectividad y comunicación, algo que mejora cada vez más, lo que permite el uso cada vez más eficiente de estos dispositivos. Ahora trabajamos un paso más allá, implementando conceptos de seguridad. Queremos trabajar y acceder y compartir datos desde cualquier lugar, pero hay que hacerlo de forma segura”.

Para finalizar esta primera ronda, Juan Miguel Hadad afirma que, a día de hoy, “se confunde la movilidad de usuario con la movilidad de negocio. Poder tener una serie de procesos para que el negocio sea móvil, algo que no es una realidad o una posibilidad en todas las empresas. Para nosotros, la movilidad es importante, y el peso que está tomando la gestión de dispositivos móviles es cada día mayor en nuestro negocio”.

Diferentes niveles de profundidad

Como si se tratase de un avance por las diferentes capas, quisimos saber hasta dónde se ha integrado la movilidad en la empresa, si se ha quedado en la capa de dispositivos o si, por el contrario, ya ha avanzado hacia procesos y definición de estrategias. En este sentido, “si hablamos de la movilidad de dispositivos, es algo que lleva mucho tiempo implantado en algunos negocios”, nos explica José Luis Rico, quien afirma que mo-



“El puesto de trabajo está cambiando y las empresas tienen que adaptarse”

José Luis Rico, Mobility Business Development manager de HP Inc

vilidad “no es sólo poder hablar por teléfono o acceder al correo. Tiene que haber un cambio de procesos, una adaptación de la organización para que un empleado pueda realizar los mismos procesos que haría en su puesto de trabajo, pero de forma móvil. Este recorrido se está haciendo, con sectores más avanzados que otros y sectores que van a verse desbordados porque la movilidad va en el core de su negocio, como podría ser el retail. Es algo que afecta a empresas de todos los tamaños, porque movilidad implica transformarse, y esa es una decisión previa a la tecnología que tiene que ir por detrás. El dispositivo quizá sea lo último, antes hay que optimizar la organización”.

“Pero no se trata solo de negocio, sino de cómo se da soporte a este nuevo usuario”, apunta Javier Naranjo. “En movilidad”, continúa, “estamos cambiando todos los paradigmas, y la forma de dar soporte deben ir más alineados con eso. El usuario se conectará desde cualquier lado en base a su perfil, y la empresa debe soportar esta conexión en un ecosistema de trabajo”.

También hay que destacar algunas cuestiones que no tienen que ver con TI, aporta Javier Lainez, que in-

dica que para transformar los negocios “hay que hacer cambios de todo tipo, incluso de organización. El primero, las instalaciones o lugares en los que se trabaja. Las compañías, en la mayoría de los casos, no están pensadas para un nivel de teletrabajo avanzado, y eso impacta también en cuestiones legales, por los contratos laborales de los trabajadores. Cuando hablamos de movilidad, en su sentido más amplio, implica que alguien haga lo que quiera en el lugar donde esté usando cualquier tecnología que lo favorezca. Cuando valoramos los elementos de movilidad de TI en una organización hay que introducir muchos más, porque tiene que cambiarse la forma en la que trabajan”.

Quizá la clave está, como apunta Juan Miguel Haddad, “en distinguir negocio móvil de movilidad de negocio, que se refiere a que la empresa tenga una serie de procesos que permitan que el negocio sea completamente móvil. Es muy fácil para ciertos sectores, como retail o transportes, utilizar el dispositivo móvil para realizar las tareas del negocio, pero no todas las empresas necesitan esa movilidad de negocio. Por ejemplo, si pensamos en Banca, es importante la movilidad



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.





para el negocio en sí, pero no tanto para el trabajador. Por este motivo, debemos plantearnos esta diferencia de conceptos”.

En palabras de Genaro Escudero, “se entiende por movilidad conectar al usuario, pero, en realidad, es llevar al usuario la oficina. Además, en nuestro sector, hablar de madurez es engañoso, porque cuando una tecnología está madura ya hay otras que la sustituyen. Pero lo cierto es que hay un mundo alrededor del pues-

“es cierto que dentro de la compañía es positivo moverte dentro de edificio, pero también hay que ganar el modelo de negocio de muchos sectores, y la Banca es un ejemplo claro, donde se ven dos tipos de movilidad, el interno, para las tareas dentro de la propia empresa, y el externo, el personal comercial. En Banca, ya no vamos al banco a negociar, sino que es el propio banco el que va a buscar al cliente y necesita tener las mismas herramientas de la oficina, pero fuera de ella. En base a

Antes de contestar a esta pregunta, Javier Lainez añadiría un tercer reto. “La seguridad y la gestión son evidentes, pero creo que hay que añadir las aplicaciones. Vivimos en un mundo en que las aplicaciones marcan, incluso, la elección del dispositivo en consumo, y es algo que se está trasladando a la empresa. Hay aplicaciones en las empresas a las que podemos ponerles capas por encima para movilizarlas, pero el cambio tiene que ser más profundo. A veces, incluso, hay que reescribirlas”.

“Desde el punto de vista de la seguridad”, añade, “la solución debe de ser integral, mientras que para la gestión es necesario que el control del parque móvil sea tan sencillo como lo era ya en el caso de los puestos fijos”.

“Otro de los problemas”, apunta Genaro Escudero, “es la legalidad en la conformidad, porque hay aplicaciones muy útiles para el trabajador en movilidad, más que los que le pueda proporcionar la empresa, pero eso tiene unas implicaciones legales, más allá de las que tiene la protección del dato. Además, esta seguridad tiene el agravante de la usabilidad. Si es demasiado seguro, pero incómodo de usar, no lo van a usar, y si es demasiado abierto, tienes un problema. El enfoque pasa por proteger el origen de los datos, más que el dispositivo”.

Para José Luis Rico, en muchos casos, “la seguridad y la gestión se basan en herramientas que no tienen la misma madurez que tenían en la gestión y seguridad tradicional. Por eso, desde HP Inc intentamos integrar estas dos soluciones que buscan que la seguridad sea la misma para un dispositivo fijo o un dispositivo móvil.

“Se confunde movilidad con poder trabajar desde un smartphone o una tableta, y no se define un entorno real de movilidad en el trabajo”

**Javier Naranjo,
consultor de Movilidad de IBM**



to de trabajo tradicional que no puedes cambiar de la noche al día. Es un cambio de paradigma que obliga a salir de la zona de confort. Es difícil compaginar ambos mundos, pero quizá la clave pase por ofrecer la TI como un servicio, más allá de mantener un puesto. Pasamos del Personal Computer al Personal Computing”.

Volviendo al ejemplo de la Banca, Luis Polo discrepa al argumentar que hay diferentes niveles de movilidad,

estos dos conceptos, la movilidad cambia radicalmente en lo que se refiere al dispositivo, el servicio, la seguridad... e, incluso, lo que hay detrás del dispositivo, las aplicaciones”.

Frenos al desarrollo de la movilidad

Pese al avance de la movilidad, hay dos frenos todavía: seguridad o gestión. ¿Se están asumiendo estos retos?

Lo que se busca es que la estandarización permita a los responsables de TI puedan ofrecer el servicio de forma única. Porque la movilidad no es solo dispositivos móviles”.

Según señala Javier Naranjo, “las herramientas de gestión deben acercarse más las necesidades del negocio y del usuario. Pero también es cierto que están aportando aspectos positivos que no estaban presentes en la gestión de los puestos fijos, así que debemos tender a integrar lo mejor de los dos mundos. En seguridad, hay mucha tendencia a aplicar políticas de protección del dato, más allá de la protección de otros aspectos”.

“Creo que en la securización del dispositivo móvil se está avanzando significativamente”, apunta Luis Polo, “por el desarrollo que estamos haciendo los fabricantes de dispositivos. Por ejemplo, nosotros estamos implementando medidas de seguridad en la BIOS del dispositivo, o, mediante tecnología de virtualización, trabajar en movilidad con dispositivos que no contenga datos”.

Para Juan Miguel Haddad, “es una evolución temporal. Hemos empezado por el dispositivo. Al principio, la preocupación era que el ejecutivo perdiera el dispositivo y alguien pudiera acceder a los datos, y la propuesta era borrar el dispositivo para no perder información. Pero hemos evolucionado y ahora nos preocupamos por la gestión del contenido, el segundo punto crítico. Esta evolución nos ha llevado a las aplicaciones, que son las que tenemos que seguridad. Pero hay un añadido, la privacidad del usuario. Tenemos que balancear el contenido personal del usuario y los datos de la empresa”.

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)



“Queremos trabajar, acceder y compartir datos desde cualquier lugar, pero hay que hacerlo de forma segura”

**Luis Polo,
director comercial de Toshiba**

Bring Your Own Device

¿Hemos superado el debate del dispositivo? ¿Sigue siendo BYOD una tendencia? Para Javier Lainez, “algunas empresas han abrazado el BYOD con pasión, pero acaba planteando una serie de problemas de gestión.

Sin embargo, el que no lo ha hecho, ha tenido que implantar una opción parcial, con un juego de dispositivos cerrado para dar la elección al usuario. Fue una tendencia complicada de implantar. En grandes organizaciones, está implementado, con grandes dificultades, pero no hay marcha atrás”.

“Al principio”, indica Genaro Escudero, “muchos lo planteaban como una cuestión económica, dado que, si el empleado usa su equipo, la empresa puede reducir costes. Pero eso ha pasado, y la empresa ofrece más variedad a los trabajadores. Hemos pasado del BYOD a la productividad, que es lo que hay que demostrar”.

“Es verdad que fue una moda, pero no creo que desaparezca”, afirma Jose Luis Rico, quien continúa señalando que “estuvo motivada porque los dispositivos de los usuarios tenían más prestaciones y capacidades que los que le proporcionaba la empresa. Pero eso ha cambiado, porque los fabricantes nos hemos esforzado para que esto no sea así. Pero hay que tener



“La clave está en distinguir negocio móvil de movilidad de negocio”

**Juan Miguel Haddad,
responsable Unidad de Negocio
de Puesto de Trabajo
de VMware**



en cuenta que para acceder al correo o llamar por teléfono, vale cualquier dispositivo, pero no para tener un acceso único o integrarte en los procesos o aplicaciones de la compañía. La movilidad toca cada día capas más profundas de la empresa y ahí no valen todos los dispositivos”.

Para Javier Naranjo, “BYOD se ha adoptado con limitaciones. Es verdad que cuentas con tu dispositivo, pero con determinadas políticas. O, como en otros casos, con Choose Your Own Device, que es un paso intermedio”.

En palabras de Luis Polo, “ha perdido fuerza el BYOD y lo ha ganado el CYOD, porque, para los departamentos de TI, es una pesadilla manejar un número ilimitado de dispositivos diferentes, sobre los que hay que tener conocimiento y formación. Limitando el número de opciones, mejora la situación y la carga de trabajo es menos para TI. Además, limitamos y simplificamos las opciones, lo que, nuevamente, favorece el trabajo

de TI. De hecho, la elección no la marca el dispositivo en sí, sino el sistema operativo del mismo”.

En opinión de Juan Miguel Haddad, “BYOD sigue vigente, pero ha desaparecido el debate. Algunas empresas lo rechazan frontalmente, pero otros, que no consideran que la seguridad sea tan crítica, siguen apostando por BYOD. Es una forma egoísta en algunos casos, porque quieren que el trabajador se gaste su propio dinero. Sin embargo, en España vemos poco el Choose Your Own Device, algo que se ve más en empresas norteamericanas, donde dan una cantidad de dinero al usuario para que adquieran el dispositivo que quiera”.

Una estrategia de movilidad que implique a ¿toda la empresa?

¿Cuentan las empresas con una estrategia de movilidad? ¿Se implica a todos los departamentos? Para Javier Lainez, “el mejor escenario es que desde arriba la dirección marque como objetivo estratégico la movili-

dad, pero la realidad no siempre es así, y es algo que suele recaer en TI, que tiene en cuenta la tecnología, pero no a recursos humanos o el departamento financiero”.

“Hay iniciativas en las empresas”, afirma Genaro Escudero, “orientadas a la flexibilidad para el usuario, o para controlar costes, pero para invertir realmente en esto es necesario obtener una medición o un retorno claro. Se empieza a ver como algo de otros departamentos, pero poco a poco”.

Porque “el puesto de trabajo está cambiando”, afirma José Luis Rico, “y las empresas tienen que adaptarse como nos hemos adaptado los fabricantes con los dispositivos. Cuando la movilidad se desarrolla, acaba afectando a más departamentos”.

Pero al final, “tras la seguridad, el siguiente freno es el coste”, indica Genaro Escudero.

Para Juan Miguel Haddad, “la productividad aumenta cuando la movilidad es una demanda del empleado”, algo que comparte Javier Naranjo, que apunta las ventajas de la conciliación y la flexibilidad”.

En opinión de Luis Polo, “un aspecto importante es la cultura de empresa, que es lo que al final va a hacer rentable esta apuesta. Por ello, no sólo se puede acometer desde TI, hay que integrar a más departamentos”.



Enlaces relacionados



[Noticias de movilidad](#)



[Movilidad: El sector opina](#)





[José Blanco](#)

CIO | Digital Transformation Leader

El informático gris versus el usuario rosa

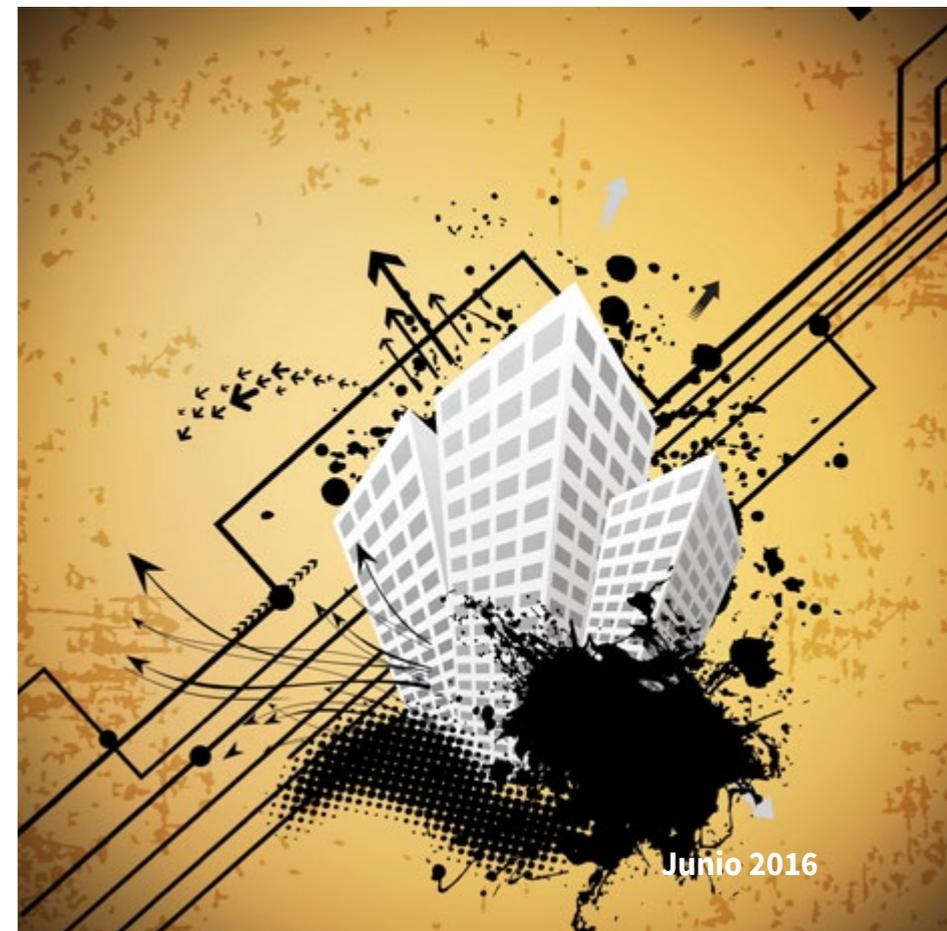
Hace unos días alguien de “negocio” me comentaba su relación con un área de informática, que siempre le decían que no a todo, que no salían de sus cubículos y no se relacionaban con el negocio. Los apodó los informáticos grises.

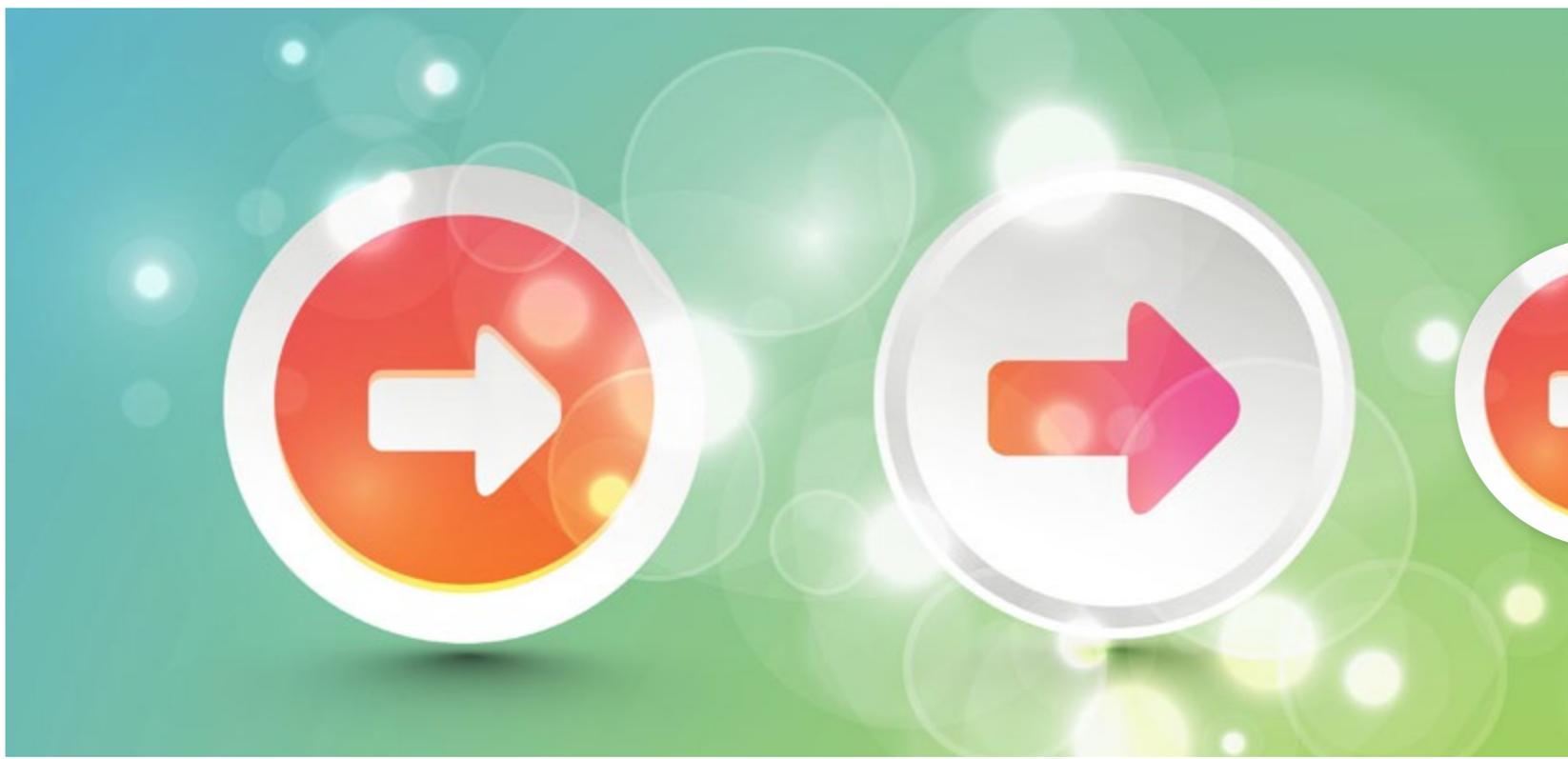
Hace unos días alguien de TI me comentaba su relación con un área del negocio donde siempre la decían que todo se hace en dos clicks, que no quieren aprender nada de tecnología y que cuando había un problema funcional se lo endosaban a IT. Los apodó los usuarios rosa.

Este tipo de relaciones son muy normales en todas las compañías y creo que deberían ser analizadas, desde diversas ópticas, de cara a encontrar una solución que permita eliminar estos prejuicios y malos modos de operar.

Ya hemos hablado varias veces en esta columna sobre por qué y cómo implantar “pensamiento de negocio” en TI, por lo que esta vez hablaremos un poco de cómo implantar “pensamiento tecnológico” en el negocio y de la figura del CMTO (Chief Marketing Technology Offi-

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.





Muchos CEO se dieron cuenta de que, si a TI había que pedirle conocimiento del negocio, a los departamentos que estaban empezando a gastar inmensas fortunas en TI, había que pedirle conocimiento de tecnología

cer) o CMT (Chief Marketing Technologist). Como últimamente colaboro con una empresa muy “marketing oriented” os puedo asegurar que cada vez más, el marketing se está convirtiendo en el primer “gastador” en términos de tecnología, estando muy cerca de superar a TI.

Desde las áreas de marketing se han dado cuenta de que las Nuevas Tecnologías están generando nue-

vas oportunidades continuamente, por lo que se están apresurando a entenderlas y empezar a aplicarlas, incluso antes de que a TI le dé tiempo de dar un paso al frente. También se han empezado a dar cuenta de una serie de errores que estaban cometiendo, errores que ya había cometido TI en el pasado. Para poder avanzar sin necesidad de TI, habían empezado apoyarse en una inmensa cantidad de proveedores tecnológicos, pero,

¡sorpresa! esa “TI en la sombra” finalmente se desveló como lo que era, una sombra, si no se gestionaba correctamente. Problemas de Vendor Lock-in, imposibilidad de interoperación entre las aplicaciones, SLA poco o nada definidos y el problema que a mí más me gusta, el software “bluf” o la versión marketingiana de “el que a hierro mata a hierro muere”, vamos que, con un par de powerpoints y dos técnicas de venta, le colaban un software que no valía para nada a nuestros amigos de marketing :)

Tras un par de estas malas experiencias, muchos CEO se dieron cuenta de que, si a TI había que pedirle conocimiento del negocio, a los departamentos que estaban empezando a gastar inmensas fortunas en TI, había que pedirle conocimiento de tecnología. Y así es como están empezando a nacer un montón de perfiles mixtos TI/negocio. Por supuesto, un CMT/CMTO necesita ser capaz de atraer talento a su equipo, por lo que también buscará perfiles mixtos, que no tienen que ser 50/50, pudiendo ser 70/30 o 30/70, pero siempre con una sensibilidad tanto hacia TI como hacia negocio.

Ahora si eres un perfil mixto o crees que sería una buena opción para tu futuro serlo, relee el título y pregúntate, ¿de qué color eres?



Enlaces relacionados



[HBR The Rise of the Chief Marketing Technologist](#)



[Asier de Artaza Azumendi](#)
[Director de www.yesmanagement.es](http://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.

Liderazgo, innovación y resultados económicos

Mano izquierda y derecha

Alguien definió alguna vez la inteligencia como la capacidad de adaptación a la situación, esto me marcó. Verdaderamente, ¿qué es más inteligente que adaptarse perfectamente a cada caso?

Hagamos un vuelo rápido sobre la eficacia y aportación de resultados económicos del liderazgo. Cuando buscamos mejorar nuestros resultados comerciales, diferenciarnos, ampliar nuestra competitividad o conseguir entregar al cliente una aportación de valor diferente... pasamos por procesos de innovación y por procesos de gestión comercial, donde es imprescindible la flexibilidad. Por ello, el concepto tradicional de liderazgo, basado en los rasgos y estilos del líder, no es el más adecuado.

Asimismo, debemos considerar de inmensa utilidad de la capacidad de liderar en función de la variabilidad de la situación y del comportamiento, aspectos nucleares del liderazgo flexible. No menos importante es la adaptación específica a los seguidores, donde repara la teoría del intercambio entre líder y seguidor.

Con lo que aterrizamos nuestro vuelo en la gran pista de la eficacia, ¿y de la inteligencia? con el liderazgo temporal flexible, que asienta que el líder adecuado depende de los seguidores, de la situación y del momento temporal en el que se encuentre el ciclo de innovación. Casi nada, lo que decía mi apreciado abuelo,



mano izquierda y mano derecha dependiendo del caso, perdón, lo que se denomina Liderazgo Ambidiestro.

El líder ambidiestro tiene que tener la capacidad de combinar conductas exploratorias de nuevas oportunidades y de explotación de las disponibles, en ese equilibrio se maximizarán los resultados a corto y a largo plazo. Todo esto en el sentido más amplio, hasta el punto de que tiene que ser capaz de que sus seguidores también adopten esta capacidad.

Al hablar de exploración, estamos refiriéndonos a un proceso creativo que nos permita salirnos de lo establecido, experimentar, buscar alternativas y asumir riesgos; algo necesario en procesos de innovación en su primera fase.

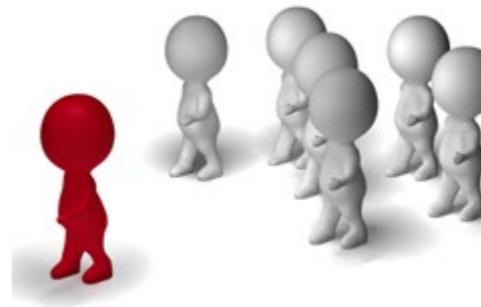
Con explotación hacemos mención a unas conductas que dentro del proceso de innovación (o cualquier proceso de otra naturaleza), vendrían enmarcadas en de la fase de implementación. Estamos hablando de orientación a objetivos, establecimiento de rutinas, eficiencia, adhesión a las normas, alineación, evitación del riesgo...

Y para establecer diferenciación entre ambas, el concepto de “permisión de la discrepancia” es un factor nuclear, protagonista en el caso primero de la exploración y en la sombra en la explotación.

Dicho esto, tenemos que matizar que, si bien cada tipo de conducta, exploración o explotación, son dominantes en cada etapa del proceso, creativo o de implementación, también son complementarios en una misma etapa, y ahí entra el liderazgo ambidiestro. Digamos que estamos en el proceso creativo, donde necesitamos exploración (y discrepancia) “a tope”, pero no estamos obteniendo resultados, quizá las tareas en curso no están bien definidas y lo que necesitamos es una parada en el camino, y replantearnos cierta estructuración en esta fase.

O, por qué no, estamos ejecutando e implementando y podemos buscar alguna mejora en estas prácticas, entonces nos acercaremos fugazmente a la exploración de nuevas formas de trabajar. La clave del liderazgo ambidiestro en este sentido es tener la capacidad

El líder ambidiestro tiene que tener la capacidad de combinar conductas exploratorias de nuevas oportunidades y de explotación de las disponibles, en ese equilibrio se maximizarán los resultados a corto y a largo plazo



de, aun manteniendo la dominancia en cada etapa, tener la capacidad de cambiar en el momento adecuado, para pasar de un “modo” a otro, según la exigencia concreta de la tarea y la situación.

Otro eje bipolar relacionado con lo anterior, y que pone el acento en optimizar la iniciativa personal de los seguidores, es la conducta de apertura del líder y la conducta de cierre del líder. El trabajo del líder será identificar qué situaciones requieren en sus seguidores una conducta exploratoria, y utilizar como líder una conducta de apertura en sus seguidores (o para clarificarlo un poco más apertura a la exploración), y cuáles exigen conducta de cierre desde el líder, cuando lo que deba primar sea la conducta de explotación.

Así, en formato taquigráfico identificamos la conducta de apertura, con fomentar en los seguidores hacer las cosas de forma diferente, de dar un espacio de pensamiento independiente y de actuación, y el apoyo a cuestionar lo establecido.

Mientras que la conducta de cierre está relacionada con la adopción de medidas correctivas, la fijación de directrices específicas y la supervisión en la consecución

de los objetivos. Y, como mencionábamos, éstas son necesarias cuando la situación demanda que los empleados utilicen conductas de explotación, mayoritariamente en momentos de implementación.

Con lo que la conclusión, mano izquierda y mano derecha, flexibilidad y entendimiento de que nos está demandando cada situación; para maximizar los resultados. En fin, una vez más, la adaptación adecuada de nuestros comportamientos con respecto a nosotros mismos y a los otros (psico) y directrices efectivas del negocio (business); dos caras inseparables de una gestión eficaz y orientada a resultados.



Enlaces relacionados



[Harvard B.S. Michael Tushman. Organización ambidiestra.](#)



[Foco en las personas como principales protagonistas de la creación de valor y de los resultados.](#)

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.



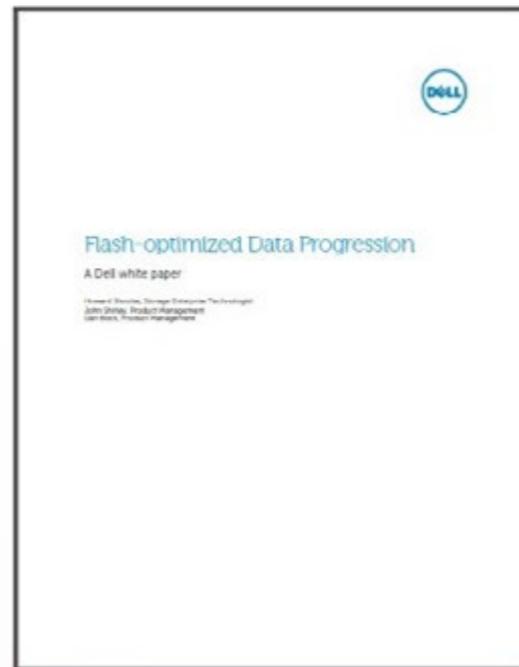
Cómo pueden potenciar la productividad los servidores modernos

Cuando los responsables de la toma de decisiones abordan la selección de una nueva tecnología de la información avanzada para encarar nuevos desafíos, deben tener en cuenta varios factores que pueden potenciar la productividad de la organización y del personal de TI. Lee esta edición de Just Right IT, soluciones de tecnología para la pequeña y mediana empresa y descubre cómo los servidores modernos pueden potenciar la productividad de estas organizaciones.



Progresión de datos optimizados para Flash

La tecnología flash ofrece 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.



Dell Storage SC Series: análisis de ESG Lab

Este documento refleja el análisis realizado por ESG Lab sobre los productos Dell Storage SC Series con sistema Storage Center OS version 7, el más reciente lanzamiento de la compañía. Las pruebas se centran en cómo las tecnologías de reducción de datos estratifican la eficiencia de los datos por encima de la eficiencia de la plataforma para aportar incluso un mayor valor y relación rendimiento/precio a los clientes.



La Documentación TIC a un solo clic



Alberto Delgado
CEO de Uanou

Alberto Delgado tiene más de 20 años de experiencia en el sector TIC como directivo, consultor y analista. Durante once años lideró Penteo como director general, compañía con la que sigue colaborando como principal analyst. Dejó la firma para emprender un nuevo proyecto en Uanou, una consultora especializada en transformación digital. Es profesor invitado de ESADE donde codirige el programa CIO Advanced Program. Es autor de diversos libros éxitos de ventas en Europa y Latinoamérica sobre tecnologías de bases de datos e Internet y ha publicado numerosos estudios y artículos sobre la aplicación de las TIC al negocio y al desarrollo de la Sociedad de la Información.

Los 5 cambios del cliente digital



Los clientes digitales están más informados, son móviles, compran por diversos canales, interactúan con otros a través de redes sociales y quieren experiencias personalizadas. Pongamos como ejemplo la compra de un automóvil. La experiencia de compra de un vehículo nada tiene que ver hoy con la que teníamos hace unos años. Hace cinco o diez años, acudíamos a un concesionario a que nos explicasen el coche, a verlo, tocarlo y olerlo. El común de los compradores tenía muy poca información sobre el coche antes de acudir al concesionario, lo que daba un gran poder al vendedor a la

hora de sugerirnos la configuración del vehículo. Hoy el comprador tiene perfectamente claro cómo va a ser su coche antes de acudir al concesionario porque se lo habrá configurado él mismo utilizando las herramientas digitales que proporciona la misma marca; además, probablemente habrá consultado opiniones de clientes satisfechos e insatisfechos en foros y redes sociales. La visita al concesionario es sólo un trámite de negociación de precios y condiciones antes de realizar el pedido. El lector protestará diciendo que, si bien esto sucede en la automoción, no pasa lo mismo en otros mercados.

La realidad es que la digitalización de la compra se está produciendo en mayor o menor medida en todos los segmentos del comercio minorista, e incluso en el comercio Business to business.

Cambio 1: El cliente digital quiere un tratamiento individualizado

Desde la aparición de los medios de comunicación de masas, los marqueteros habíamos olvidado el carácter personal de la venta. Las tecnologías digitales, paradójicamente, vuelven a volver a poner el foco en las relaciones individuales, entregando el poder en esa relación a los consumidores. Los consumidores digitales esperan encontrar en tiempo real soluciones altamente personalizadas. El nuevo marketing digital utiliza tecnologías para posibilitar la interacción individual de nuestra marca con los consumidores.

Cambio 2: El cliente está más informado

En 2011 Google publicó un excelente y exhaustivo estudio sobre cómo compran los clientes en un mundo digital. Las tendencias observadas se han exacerbado desde su publicación, pero los resultados siguen siendo una de las mejores fuentes de información para comprender al cliente digital.

Hace años que en marketing hablamos del primer, segundo y tercer momento de la verdad, términos acuñados por Procter & Gamble (P&G). Los momentos de la verdad son los instantes en los que el cliente toma decisiones de compra. Para P&G el primer momento de la verdad se produce cuando el cliente, ante la estantería en el supermercado, decide que prefiere nuestro produc-



to a una alternativa. Esta decisión se toma en un período de 5 a 10 segundos en decisiones cotidianas de poco importe.

A los tres momentos de la verdad, Google añade uno anterior, que llama el Momento cero Zero moment of truth (ZMOT), en el que el cliente busca información acerca de nuestro producto que puede llevarle a tomar una decisión incluso antes de llegar a la tienda. La tesis de Google es que el comportamiento del consumidor digital es muy diferente al comportamiento de los clientes analógicos y que la capacidad de informarse por medios digitales con anterioridad a su visita a tienda, cambia completamente la relación con el vendedor. Los datos aportados por Google muestran que muchas decisiones están predefinidas por el momento cero.

Para explotar adecuadamente el ZMOT tenemos que entender lo que preocupa a nuestros potenciales clientes y dar respuesta a esas preocupaciones, entender los mecanismos de búsqueda y estar presente en los resul-

tados a esas preguntas que los usuarios se hacen cuando necesitan algo. El objetivo de marketing es proporcionar al cliente que busca, una solución adecuada a su necesidad, un contenido relevante en el contexto social, temporal y geográfico del cliente que realiza la búsqueda. Y conseguir todo esto es imposible sin un uso avanzado de la tecnología.

Cambio 3: El consumidor digital es móvil

El papel de la movilidad es cada vez más relevante. Antes el ZMOT sólo se producía allí y cuando los consumidores disponían de un PC, ahora los consumidores buscan información en la red continuamente, incluso en el propio punto de venta.

Hay dos términos muy en boga que ejemplifican el cambio en el proceso de compra: webrooming y showrooming. El webrooming hace referencia al proceso por el que el consumidor se informa online antes de hacer la compra, y acude al comercio físico con la deci-



El cliente digital

 **Clicar para ver el vídeo**



sión parcialmente tomada. El showrooming por su parte, identifica al acto de informarse en la tienda, a través de un dispositivo móvil, sobre el precio y condiciones por las que puede adquirirse en la red o en otra ubicación física el objeto que el cliente tiene delante. Ambas son vertientes de una experiencia de compra híbrida, en la que se entremezclan el mundo físico y virtual, con una fuerte importancia de lo móvil. La mitad de las búsquedas de información sobre productos de consumo se llevan a cabo desde dispositivos móviles.

Cambio 4: El cliente digital es social

El cliente digital se informa y decide en comunidad, influido por recomendaciones de personas a las que no conoce personalmente. Antes los compradores comen-

taban las bondades del producto en la cola frente al mostrador, ahora lo hacen en Facebook. Los consumidores digitales, sin embargo, hablan sobre sus marcas, piden consejo a otros compradores antes de realizar una compra, expresan su descontento si sus proveedores les decepcionan, recomiendan sus productos favoritos. Las marcas tienen en las redes sociales una gran oportunidad para interactuar con los consumidores, y difundir información relevante sobre la compañía o sobre sus productos o servicios. Pero en contrapartida, el consumidor tiene a su disposición mecanismos para interactuar con las marcas y con otros consumidores, a los que influyen y por los que son influidos.

Cambio 5: El cliente digital compra por múltiples canales

Lo digital está incrementando los puntos de contacto con los clientes. Las empresas tienen múltiples canales de venta que frecuentemente no están bien sincronizados. Pongamos como ejemplo la banca: antes el único punto de interacción entre nosotros y nuestros bancos era la oficina bancaria, por lo que resultaba sencillo establecer políticas de ofertas comerciales. Con la generalización de la banca telefónica y online aparecen nuevos canales. Si estos canales están gestionados por unidades organizativas separadas un cliente podría recibir ofertas diferentes en función de por dónde opere. La gestión de la multicanalidad se convierte en estratégica. Lo que buscamos es que el cliente reciba mensajes coherentes y coordinados en los diferentes canales de interacción, sean estos nuestro sitio web, el lineal del supermercado, las redes sociales, o los anuncios patro-

cinados en su motor de búsqueda. Las empresas líderes digitales serán aquellas capaces de entender las necesidades de los clientes, integrando la información recogida en los distintos canales por los que interactúan con ellos. Las empresas líderes deben trabajar para proporcionar al cliente una experiencia coherente y rica, necesitan romper los silos departamentales e incentivar el trabajo multifuncional, eliminar los impedimentos para que la información del cliente fluya entre las diversas áreas, implantar procesos ágiles y organizarse con el consumidor como centro, estableciendo compensaciones asociadas a objetivos centrados en el cliente.

Estos cinco cambios en el cliente digital sitúan a los directivos de marketing ante el reto de cambiar la manera en cómo comercializamos nuestros productos y servicios. Para este nuevo cliente es imperativo diseñar un nuevo marketing más ágil, menos invasivo, más útil, más móvil. Utilizar los mecanismos de marketing predigitales para un cliente digital es una buena manera de desperdiciar recursos y tiempo, nuestro, y de los clientes.



Enlaces relacionados

- [Las empresas no satisfacen al cliente digital](#)
- [El cliente digital: cómo es y qué quiere](#)
- [Cómo es el cliente digital](#)
- [Mitos y leyendas del cliente digital](#)



Alberto Lázaro
Personal Trainer Manager
en Benefits Body Mind
[Blog Entrenamiento 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”.

Superalimentos, qué son y cómo nos pueden ayudar en nuestro trabajo

Está claro que una buena alimentación es la base para mejorar el rendimiento laboral, física e intelectualmente. Existen alimentos o grupos de alimentos que, por su composición, potencian o favorecen la productividad laboral, puesto que disminuyen la sensación de fatiga y aumentan la capacidad de concentración...

Pero dentro de estos grupos de alimentos, hay algunos que destacan por su capacidad de ayudar por encima de la media, son los llamados “superalimentos”.

Un superalimento, aunque no existe ninguna definición técnica para esta palabra, podría definirse como un alimento que aporta más ventajas al individuo que lo consume, bien por tener una cantidad de vitaminas más elevada, más minerales, más antioxidantes... La actual atención que se presta a los llamados superali-





Dentro de los alimentos, hay algunos que destacan por su capacidad de ayudar por encima de la media, los llamados superalimentos

mentos se ha dado por un creciente interés del público en general por la alimentación y la salud, aunque no existan estudios que apoyen estas teorías.

Pero bueno, ahora que más o menos sabemos qué son, es hora de hablar de ellos a nivel más individual, ya que añadir estos alimentos a la dieta simplemente añadirá cosas buenas de las que el organismo se servirá para su propio beneficio.

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

- **1-Cúrcuma:** El ingrediente principal de los curry de la India. Una sola cucharada de cúrcuma te da el 16% del hierro que necesitas a diario. Es una buena fuente de vitamina A y B6. Tiene, además, propiedades antioxidantes y anti inflamatorias.
- **2-Aceitunas:** Las aceitunas contienen grasas monoinsaturadas, de las que ayudan a bajar el colesterol y regular la insulina.
- El aceite de oliva por su parte nos ayuda a prevenir enfermedades cardíacas y mejora la salud mental.
- **3- Salmón:** Contiene Omega-3, un ácido graso esencial para el desarrollo cerebral y para fortalecer el corazón y el tejido muscular, pues es rico en vitaminas A, B y D, calcio, hierro, fósforo y selenio.
- **4-Soya (semillas):** una taza de semillas de soya contiene 33 gramos de proteínas y altas cantidades de aminoácidos esenciales. Ayuda a disminuir el colesterol.
- **5-Hongos Shiitake:** Son una de las mejores fuentes de vitamina D que hay. Ayudan a bajar el colesterol y mejoran el sistema inmune.

- **6-Tomates:** Los tomates están llenos de vitaminas A y C, potasio y fibra. Además, tienen licopeno, un antioxidante que, aparte de darle el color rojo a esta fruta, previene el crecimiento de células cancerígenas de pecho, próstata y colon.
- **7-Almejas:** Tienen componentes que ayudan a disminuir el colesterol. Además, su alto nivel de grasas poli insaturadas ayudan a disminuir las enfermedades cardíacas. Asimismo, contienen un altísimo nivel de hierro: en 10 gramos hay 78% del hierro que necesitas diariamente, y tiene mucha vitamina B12.
- **8- Pistacho:** Es el fruto seco más rico en vitaminas A y E, y ayuda a controlar el colesterol malo. Posee también vitaminas C y B, grasas monoinsaturadas, selenio y cinc.
- **9- Chocolate:** Contiene antioxidantes, flavonoides y antiinflamatorios capaces de reducir un 37% el riesgo cardiovascular, un 31% la diabetes y un 29% un accidente cerebral. Cuanto más puro, mejor.
- **10-Comino:** Muy utilizado en la cocina mediterránea y medio oriente. Esta especia es una gran fuente de hierro y calcio. Ha demostrado que puede disminuir los niveles de glucosa en la sangre, lo cual es bueno para las personas diabéticas.
- **11-Pimiento picante (Chile):** El pimiento picante combate las inflamaciones y provee un alivio natural al dolor. Actualmente, se estudian sus efectos sobre la artritis y la presión sanguínea. Es descongestionante y ayuda en la pérdida de peso.
- **12-Garbanzos:** Son una gran fuente de proteínas y fibra. Tienen más ácido fólico que otros granos,



En lugar de centrarnos exclusivamente en un pequeño conjunto de nutrientes me parece mucho más adecuado aumentar el abanico de alimentos nutritivos que incluimos en nuestras dietas

y son una buena fuente de minerales como zinc y magnesio. Son una gran fuente de aminoácidos esenciales y de vitaminas incluyendo riboflavina, niacina, tiamina y folato.

■ **13-Lentejas:** Tiene gran cantidad de vitaminas y minerales, 16 gramos de fibra y 18 de proteínas por taza, ayuda a controlar el colesterol y los niveles de azúcar en la sangre.

- **14-Papaya:** Esta fruta dulce y tropical está llena de nutrientes. Una pieza pequeña contiene 96 gramos de vitamina C, además de vitamina A y E. Esto hace que la papaya sea una excelente arma para combatir el resfriado común. Además, tiene antioxidantes que ayuda a cuidar la piel y potencian el sistema inmune.
- **15-Repollo chino:** Es conocido por ser un poderoso antioxidante. Una taza de este vegetal está cargada de vitamina C, y tiene más del 100% de la dosis diaria recomendada de vitamina A.

Yo te he enumerado 15 de estos alimentos, pero hay más. Como ves, cada uno de ellos destaca por su alta concentración de algún elemento considerado adecuado para la mejora de la salud, salud indispensable para un adecuado rendimiento en tu puesto de trabajo.

Pero, para ser honestos, me gustaría añadir que en lugar de centrarnos exclusivamente en un pequeño conjunto de nutrientes (como fue el caso de las vallas de golly) me parece mucho más adecuado aumentar el abanico de alimentos nutritivos que incluimos en nuestras dietas, es decir, la dieta mediterránea con un extra de frutas y verduras.



Enlaces relacionados

- [Fundamentos científicos de los «superalimentos»: ¿realmente son «súper»?](#)
- [Diez superalimentos que deben estar en tu dieta](#)

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.



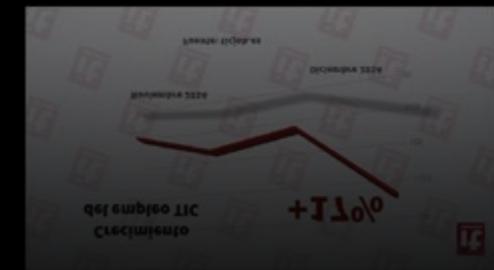
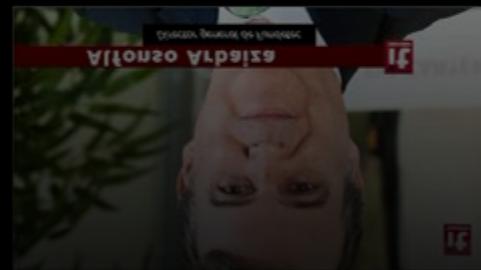
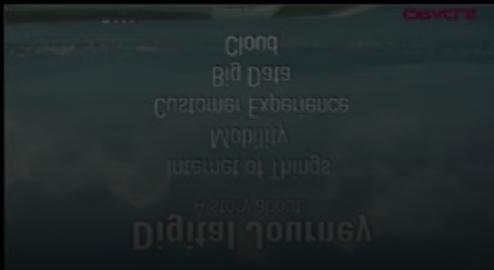
El lado no IT

Porque los profesionales de las TI también tienen su lado humano, lo descubriremos 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!





[Alejandro Pérez de Lucía González](#)
Consultor financiero
en Gesurbe Project

De formación Jurídica por la UAM es un profesional con más de 20 años de experiencia como Director Financiero en grupos nacionales e internacionales, Controller financiero, Consultor de empresas - fiscalista y Analista de mercados en diferentes sectores y subsectores. Apasionado de las finanzas, los mercados, la tecnología y de la estrategia empresarial, fiscal y del mundo de los negocios en general.

Coyuntura económica española

Existen tres testigos fundamentales para conocer su "salud" actual y futura desde un punto de vista macroeconómico:

The Conference Board, fundación privada y sin ánimo de lucro que se creó en 1916 y que analiza las economías mundiales y genera índices que permiten conocer con antelación el comportamiento de los ciclos económicos de las mismas. Esta organización utiliza 2 indicadores:



- El Leading Economic Index (LEI), que es un índice económico adelantado - integrado por el estudio del comportamiento de 6 indicadores - que nos permite detectar el comportamiento futuro de la economía y el,
- El Coincident Economic Index (CEI), que es un índice simultáneo- integrado por el estudio del comportamiento de 5 indicadores - y que lo que hace es confirmar lo ya anticipado por el LEI.

Tras los recortes de 2007 – 2008 y el de 2010 – 2012, todos los indicadores son alcistas, muy especialmente desde 2013, y su variación interanual acompaña en el crecimiento



Nos encontramos en un momento de buenas oportunidades de inversión en España que debe ser aprovechado, pues no solo ofrece unas medidas de crecimiento, sino que estamos en el momento para entrar a precios competitivos

Composite Leading Indicator, que es un indicador adelantado del PIB capaz de detectar su comportamiento con 9 meses de antelación aproximadamente y que está formado por 10 componentes económicos. En las gráficas puede verse como el CLI español se mantiene por encima de los 101 puntos básicos y encima de la desviación standard desde el año 2.000 con una tendencia alcista y por encima de la media de la OCDE. Incluso Alemania mantiene unos niveles inferiores.

Los indicadores sintéticos españoles, que son unos indicadores armonizados con la Unión Europea y que permiten observar el comportamiento de una economía “sintetizando” multitud de indicadores relacionados con su actividad. Esta labor es realizada por el

Ministerio de Economía y Hacienda para armonizar los datos conforme al informe que se emite a Eurostat por todos los países de la Unión.

Tenemos 4 indicadores sintéticos:

- ✓ Indicador sintético de la Industria (ISI)
- ✓ Indicador sintético de Servicios (ISS)
- ✓ Indicador sintético de Consumo (ISC) e
- ✓ Indicador sintético de Actividad (ISA)

Los datos se proporcionan corregidos del efecto estacional, del efecto calendario y de atípicos para que el dato proporcionado permita una valoración adecuada.

Tal y como puede verse en la gráfica, tras los recortes de 2007 – 2008 y el de 2010 – 2012, todos los indicado-

res son alcistas y muy especialmente desde 2013 y su variación interanual acompaña en el crecimiento.

Es importante saber que todos los indicadores se mantienen por encima de sus medias móviles de 19 y 39 períodos por lo que su crecimiento es sostenido y claramente alcista.

Por lo tanto, nos encontramos en un momento de buenas oportunidades de inversión en España que debe ser aprovechado, pues no solo ofrece unas medidas de crecimiento, tanto actuales como futuras, de las más altas en la Unión Europea, sino que estamos, precisamente, en el momento para entrar a precios competitivos que gozarán de importantes revalorizaciones en las próximas décadas. 



Enlaces relacionados

 [The Conference Board](#)

 [Leading Economic Index](#)



[Lorena P. Campillo](#)

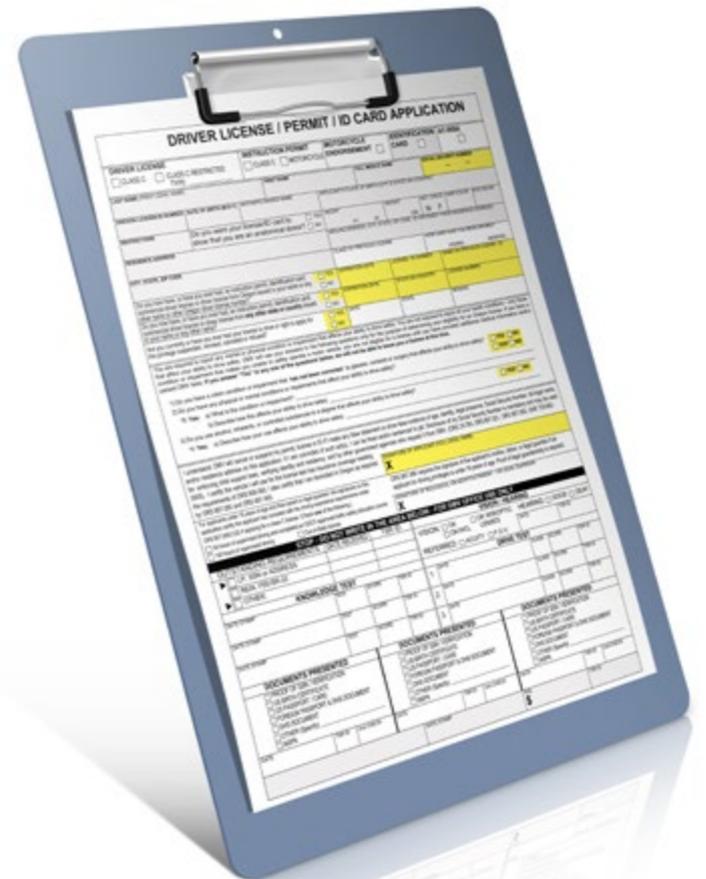
Abogada especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías

[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 NTT por la Universidad de Salamanca. Miembro de Enatic (Asociación abogados expertos en NTT). 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.

La firma electrónica: ¿Retos jurídicos o técnicos?

Es evidente la confianza que históricamente ha generado el papel. Pero ahora el que quede algo “por escrito” no implica que sea obligatoriamente necesario que quede escrito en “papel”. España se convirtió en 1999 en uno de los primeros países en reconocer legalmente la validez de un documento electrónico



¿Qué son los certificados electrónicos?



Clicar para ver el vídeo

firmado digitalmente. Resulta paradójico pensar que España haya sido el tercer país en regular la firma electrónica, pero que sea de los países que van a la cola en su uso.

La firma electrónica puede ser incluso más fiable y segura que la manuscrita, ya que no sólo nos indica quién firma, sino lo que se firma. Pero a pesar de la seguridad jurídica que se le otorga y de sus ventajas, no llega a ser del todo utilizada. Aunque encontramos una excepción en el caso de la declaración de impuestos por Internet. Y es que gracias a la Ley 11/2007 de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, se pudo garantizar el derecho a “relacionarnos” con las Administraciones Públicas. Además,

Resulta paradójico pensar que España haya sido el tercer país en regular la firma electrónica, pero que sea de los países que van a la cola en su uso

operaciones también como las que la ley de Comercio Electrónico, la cual exige que sean por escrito, también resultarían igual de válidas que las del resto de contratos, a excepción de los relativos a Derecho de Familia y documentos / escrituras públicas.

Tampoco es muy utilizada para la ciudadanía española ya que solo el 2 o el 3 % utiliza el eDNI, por lo que hay mucho camino por recorrer. ¿Cuántos ciudadanos sabían hasta hace relativamente poco que su DNI lleva incorporado un chip que permite tener firma electrónica? No muchos. No se tienen en cuen-



Firma electrónica para administraciones públicas

Clicar para ver el vídeo

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

ta las ventajas que puede proporcionar su uso, como puede ser acabar con las falsificaciones, ya que es la mejor manera de saber que un documento es del emisor, puesto que el certificado (ej. FNMT) es personal e intransferible.

¿Qué ventajas podrían encontrarse en el ámbito empresarial?

- Una de ellas es la interoperabilidad, la cual posibilita que se puede asociar con otros procesos telemáticos, como la propia factura electrónica, la comunicación entre empresas privadas o el pago de impuestos.
- Pero hay una ventaja potencial que debería interesar tanto a la empresa pequeña y mediana como a la grande, que es el ahorro en costes, ya que se minoran todos los gastos relacionados con tinta de impresora, gastos de envío y transporte, además del ahorro del tiempo. Todas estas ventajas deben ser potenciadas y promocionadas con mayor dedicación y presupuesto por parte de la Administración Pública. En el ámbito interno de la empresa, se prefiere mandar innumerables faxes entre clientes y proveedores que utilizar la firma electrónica. Aunque, por otro lado, la obligatoriedad de la factura electrónica para empresas pequeñas y medidas



puede ser bastante incómoda. El perfil de estas empresas nada tiene que ver con el de las grandes empresas, dado el nivel de inversión y recursos económicos de estos. Habrá que poner menos trabas a las PYMES puesto que ellas no cuentan con los mismos recursos económicos para instalar software o apps facilitadoras. Todavía queda trabajo por hacer.

Aspectos negativos

No olvidemos la existencia de la brecha digital actual, que, aunque cada vez se está reduciendo más, sigue viva para algunos ciudadanos e incluso empresas (en menor medida).

Y lo que es más importante, no podemos desconocer la lentitud del Derecho a la hora de adaptarse y regular las nuevas realidades, y para ello la regulación en esta materia debe ser flexible. La sociedad digital demanda soluciones ágiles y flexibles que aporten seguridad jurídica a los millones de transacciones que se hacen. Y una cosa no está reñida con la otra.

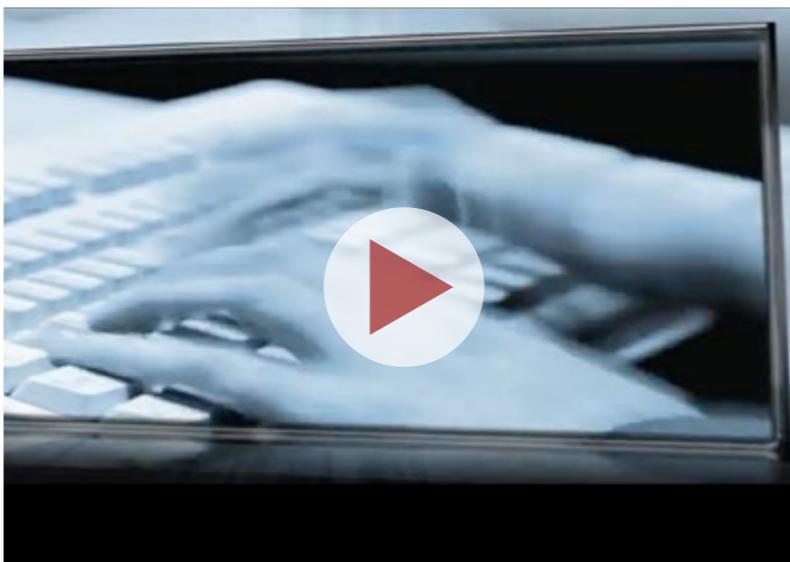
¿Por qué los requisitos de la factura electrónica tienen que ser muchos más que los de la convencional? Los aspectos negativos técnicos de la “usabilidad” y la calidad de los productos y aplicaciones, han conllevado a que los usuarios no estén por la labor de superar estos defectos, sustituyéndolo por los procedimientos tradicionales. Se observan muchas deficiencias técnicas en la implantación que deberían ser subsanadas (por ejemplo, la instalación en sistemas operativos diferentes a Windows, Java desfasados, incompatibilidad de software...). La obligatoriedad de lectores hace retroceder la propia implantación de la firma electrónica. No se debería imponer requisitos condiciones adicionales como la adquisición de lectores, primero, porque no está a la disposición de los ciudadanos -desconocen dónde adquirirlos-, y segundo, porque el precio debería ser gratuito para facilitar y fomentar su uso, cómo es lógico.

Posibles soluciones

Es posible lograr una seguridad jurídica suficiente en el mundo digital sin poner trabas innecesarias y/o excesivas a los sujetos jurídicos operantes. La legislación debe “flexibilizarse” (no digo avanzar al mismo paso) sin perder de vista los criterios y principios de interoperabilidad y de neutralidad tecnológica.

Es posible un medio electrónico único donde operar en el ámbito público y privado que beneficie la seguridad jurídica de ciudadanos y empresarios

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)



El nuevo DNI electrónico 3.0 hará de España un país más seguro

 [Clicar para ver el vídeo](#)

¿Se requieren alternativas a los lectores de tarjetas? Al menos debería de haber más facilidad para adquirirlos sin costes económicos ni burocráticos. Se podría regular y coordinar que todos los equipos informáticos incluyeran lectores como vienen incluidos los teclados y los ratones. Aunque respondiendo a la pregunta, podemos decir que sí podrían existir posibles alternativas como lectores de radiofrecuencia, como ha comentado el profesor Salgado. ¿Deberían existir alternativas a los certificados electrónicos? Podría ser una opción,

por ejemplo, incorporar sistemas de identidad digital (biométricos) no basados en los certificados que conocemos. La cuestión ahora es preguntarse si merece la pena, después del camino recorrido, contando con la infraestructura de servicios (mala o buena, pero la hay) y un marco legal bastante desarrollado. 

Conclusiones

Parece obvio que más que problemas en la seguridad jurídica por su desconocimiento, se trata más bien de problemas en el contexto tecnológico. Merece la pena esforzarse para solucionar los problemas y aprovechar las magníficas prestaciones que ofrecen los certificados electrónicos y la firma electrónica. Es posible un medio electrónico único donde operar en el ámbito público y privado que beneficie la seguridad jurídica de ciudadanos y empresarios.

El futuro está aquí.



Enlaces relacionados



[¿Cómo firmar en Word?](#)



[¿Cómo firmar en Pdf?](#)



[Certificado digital: cómo solicitar tu certificado digital](#)



[Cómo obtener y utilizar el DNI electrónico](#)



 [Fernando Maldonado](#)
Analista asociado a Delfos Research

Será mi próximo jefe un robot, y otras predicciones sobre lo que nos trae la tecnología



Hoy asistimos entre atónitos y preocupados a las proyecciones que distintos expertos lanzan sobre lo que podemos esperar durante el próximo lustro: ¿Será mi próximo jefe un robot? ¿Desaparecerán la mayoría de los puestos de trabajo?

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.

Para validar estas predicciones tendremos que esperar unos años, pero hoy ya cumplen la función de ayudarnos a entender qué está pasando. Por ejemplo, las predicciones sobre si desaparecerá nuestro trabajo nos dicen que la automatización ya no se limita a tareas repetitivas. Ahora las máquinas pueden aprender de la experiencia y son capaces de realizar tareas antes inimaginables, “desplazando” nuestro trabajo a otro lado.

Ya nadie niega que vivimos un momento de cambios profundos. Otra cosa es que sepamos a dónde nos llevan. Quizá por eso consumimos ávidamente las predicciones, sin importar que frecuentemente sean erróneas. Vivimos en un mundo interconectado, con efectos en cascada, de consecuencias impredecibles. Además, que algo sea posible no significa necesariamente que vaya a suceder o, sencillamente, quizá la predicción no falle en el qué sino en el cuándo.

Que algo sea posible no significa necesariamente que vaya a suceder o, sencillamente, quizá la predicción no falle en el qué sino en el cuándo



No todas las predicciones son iguales, las hay fáciles y difíciles. Las segundas son las que interesan, las que esconden una mayor recompensa, pero también un mayor riesgo. Bien mirado, el entorno actual, fruto de la globalización y la tecnificación de la sociedad, es terreno abonado para que estas proliferen.

El arte de predecir el futuro ahora es una ciencia que, además, cuenta con tecnologías que aplicadas en el contexto adecuado nos deberían permitir anticipar-

[¿Te avisamos del próximo IT User?](#)

lo. Aunque para ello es necesario mirar en la dirección adecuada, separando las señales que nos llegan del ruido que hay en torno a ellas.

Así las cosas, el mundo es más complejo pero nuestras capacidades y nuestro conocimiento sobre cómo anticiparlo son más sofisticados. Y no me refiero exclusivamente al uso de Big Data y Analítica avanzada.

A finales de los 50, los estadounidenses se vieron sorprendidos por el avance soviético en materia aeroespacial: habían lanzado con éxito el Sputnik al espacio. Así que decidieron crear una agencia, Intelligence Advance Research Project, cuyo objetivo era apoyarse en la inteligencia colectiva para anticipar el futuro y no volver a verse sorprendidos. En el año 2011, financiado por esta agencia, nace el proyecto The good Judgment Project.

Éste consistía, y consiste, en plantear preguntas sobre eventos futuros - predicciones difíciles - estableciendo un concurso en el que distintas personas y grupos vieran sus pronósticos... Pero en paralelo, es un estudio sobre cómo hacemos predicciones, por qué fallamos, quiénes son buenos y por qué.

Después de varios años, aquellas personas y grupos que consistentemente siguen realizando mejores predicciones - ¡No necesariamente expertos! - han sido analizados identificando algunas de las características que tienen en común. Algunos ejemplos:

- Adaptan su forma de pensar y cuando cambia la información están dispuestos a modificar y actualizar sus puntos de vistas.
- Aplican un pensamiento matemático y asignan probabilidades a los distintos resultados posibles.

- Trabajan en equipo abrazando la diversidad, combinando el conocimiento generalista y experto de sus componentes.
- Minimizan sesgos y no retuercen la realidad para adaptarse a sus creencias, sino que se cuestionan constantemente sus teorías.

Así que antes de lanzarnos a contestar si nuestro trabajo desaparecerá, sigamos de cerca los límites de la tecnología que lo haría posible. Pensemos en cuáles son las alternativas y asignemos una probabilidad. Escuchemos la opinión de juristas, empresarios, reguladores, sociólogos... Y cuestionémonos siempre, con cada nueva pieza de información, nuestros supuestos.

Quizá lleguemos a la conclusión de que una cosa es que la tecnología permita que sea posible, y otra bien distinta que se vaya a producir. Ahora bien, siempre teniendo en cuenta que si cambia la información también lo hará nuestra opinión.

Definitivamente, el futuro no es lo que solía ser, tampoco debería serlo la forma de anticiparlo... Y quizá desarrollando esta capacidad nuestro trabajo sea insustituible.



Enlaces relacionados

- [Predicciones sobre nuestro futuro digital](#)
- [Agencia Intelligence Advance Research Project](#)
- [Proyecto The good Judgment Project](#)

it Reseller
TECH&CONSULTING

Cada mes en la revista,
cada día en la Web.



Jeroen van ES analiza el presente y el futuro de Avnet en España



D-Link basa sus resultados en su relación con el canal



Esprinet adquiere Vinzeo para "liderar el mercado TIC en España"



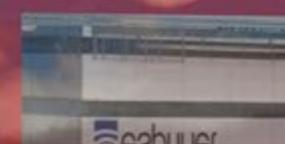
Claves para aprovechar el boom del mercado del gaming



Jeroen van ES analiza el presente y el futuro de Avnet en España



D-Link basa sus resultados en su relación con el canal



Esprinet adquiere Vinzeo para "liderar el mercado TIC en España"



Claves para aprovechar el boom del mercado del gaming