

 Guarda esta revista en tu equipo y ábrela con Adobe Acrobat Reader para aprovechar al máximo sus opciones de interactividad

GDPR

¿Estás listo para GDPR?

EL ROL DE LAS APLICACIONES EN LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN

DES 2018 PREPARA UNA AVALANCHA DIGITAL SOBRE MADRID

IT WEBINARS: NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL CENTRO DE DATOS MODERNO

LA AGENDA DIGITAL GANA TERRENO EN LOS NUEVOS PRESUPUESTOS


it User
 TECH & BUSINESS
**Director**

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es**Redacción y colaboradores**Hilda Gómez, Arantxa Herranz,
Reyes Alonso, Javier San Juan
Eva Herrero**Diseño revistas digitales****Producción audiovisual****Fotografía**Favorit Comunicación, Alberto Varet
Ania Lewandowska
it Digital
 MEDIA GROUP
Director General

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es**Director de IT User**

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es**Directora IT Televisión y Lead Gen**

Arancha Asenjo

arancha.asenjo@itdmgroup.es**Directora de medios on-line**

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es

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

Ha llegado el día, ¿estás preparado para GDPR?



Al igual que ocurrió con el 92, el cambio de siglo, el euro... y otros muchos días de referencia, el 25 de mayo de 2018, el día en que la nueva normativa europea de protección de datos, GDPR, será de obligado cumplimiento en todos los estados miembros de la UE, ha llegado.

Mucho se ha escrito, hablado, publicado y preguntado sobre esta entrada en vigor y cómo va a afectar a las empresas, al trabajo del día a día, o a las personas y sus datos, pero lo cierto es que a escasos días de que la entrada en vigor sea una realidad, muchas empresas todavía no han asumido la necesidad de cambio, y otros muchos están acabando de hacer los últimos ajustes de cara a cumplir con la nueva normativa.

La pregunta es, por tanto, la que titula este Editorial: ¿estás preparado? La verdad es que no demasiadas empresas podrán contestar con un sí rotundo y tranquilizador. Los más, saben los cambios que tienen que hacer y han iniciado el proceso, pero, y es algo que no podemos

negar, somos los españoles muy de acabar haciendo las cosas en el descuento.

La diferencia en esta ocasión es que la normativa no es nacional, sino europea, lo que parece descartar aplazamientos o meses de gracia, y las multas a los infractores no dejan lugar a la duda ni a la sonrisa, dado que pueden ser tan severas que afecten a la viabilidad de las propias empresas.

En esta ocasión, las autoridades han tenido que poner en la balanza los derechos de los ciudadanos a su privacidad frente al interés de las empresas y de los negocios, y parece que hemos ganado los primeros, aunque esto pueda complicar mucho la vida o el negocio a diferentes empresas. Por tanto, no queda sino cumplir con las exigencias de la ley y evolucionar hacia un mundo de negocios respetuosos con la privacidad de los clientes, algo que, sin duda, redundará en beneficio de todos.

Miguel Ángel Gómez

EN PORTADA



¿Estás listo para GDPR?

ACTUALIDAD



El modelo tradicional de seguridad ya no sirve ante las nuevas amenazas



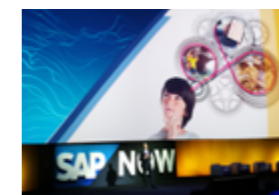
Michael Dell comparte su visión de las TIC en el Dell Technologies World



ASLAN 2018 cierra sus puertas con un crecimiento del 23%



Inteligencia artificial y capacidades autónomas, clave para extraer del dato una ventaja competitiva



SAP reúne en España a más 2.000 profesionales en torno a la Empresa Inteligente



670 millones de euros para impulsar la Agenda Digital en España



Huawei muestra cómo conectar "bits y engranajes" en Hannover Messe 2018

ESPECIAL IT



Las aplicaciones en la transformación digital

ORACLE

RSC



Una nueva mirada al mundo

NO SOLO it

WEBINARS



Nuevas tecnologías para el Centro de Datos moderno



Protección de Datos ante los nuevos retos empresariales: evolución y soluciones

ACTUALIDAD



El 20% de las organizaciones españolas cuenta con proyectos reales de IoT

Índice de anunciantes

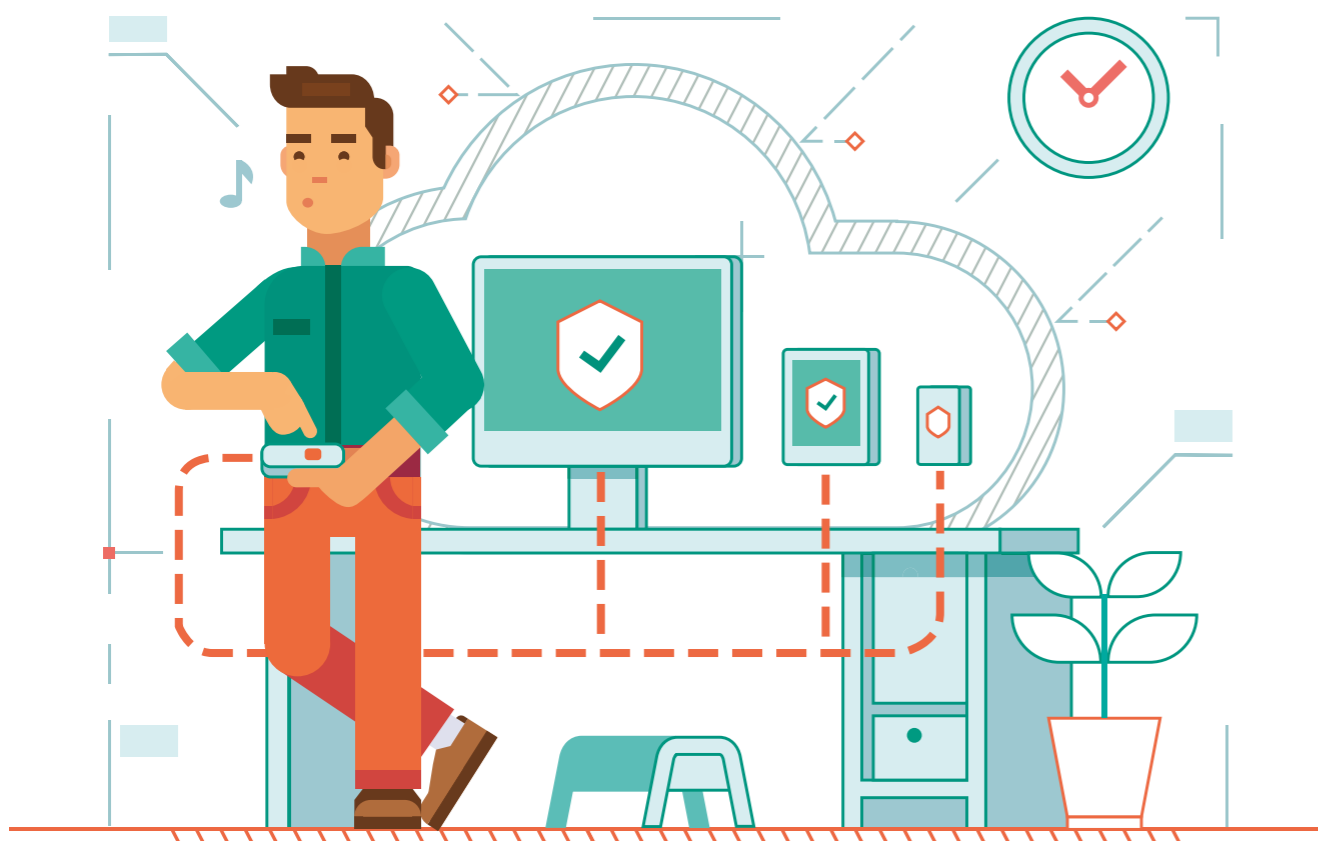
Kaspersky for Business	Walhalla
VMware Infraestructura hiperconvergente	OpenCloud
Huawei Empresas	IT User Research
DXC Technology	Impresión Digital
Digital Enterprise Show 2018	IT Whitepapers
GMV Transformación Digital	Yes Management
IT Webinars	Discover the New
	IT Digital Security

ESPECIAL IT



¿Preparados para la avalancha de la transformación digital





Deje que fluya su creatividad. Y aleje las ciberamenazas

Kaspersky Endpoint Security Cloud.
La seguridad que necesita con la flexibilidad que desea



El 40 % de las empresas afirma que el aumento de la complejidad de su infraestructura está llevando sus presupuestos al límite. Kaspersky Endpoint Security Cloud ayuda a las pequeñas y medianas empresas a simplificar la gestión de la seguridad, sin tener que invertir en recursos o hardware adicional. Gestione la seguridad de endpoints, dispositivos móviles y servidores de archivos Mac y Windows de forma remota, desde cualquier lugar, con nuestra consola basada en la nube.

cloud.kaspersky.com

El 20% de las organizaciones españolas cuenta con proyectos reales de IoT

Las organizaciones están haciendo un viaje hacia la digitalización para parecerse a lo que hoy llamamos las empresas nativas digitales. De hecho, el gasto en IoT en el mercado nacional alcanzará los 19.000 millones de euros en 2021.

Según el último estudio de IDC, en el año 2027 tres cuartas partes de las organizaciones europeas se habrán transformado digitalmente. Además, más de la mitad de las organizaciones europeas se encuentran en la fase dos y tres del modelo de transformación digital; es decir, en la fase de madurez digital, lo que significa que ya han identificado una necesidad de mejorar las estrategias digitales y han comenzado a ejecutarla. Para acelerar este viaje de las organizaciones hacia la madurez digital hay un paso fundamental que hay que dar, y es la evolución de su arquitectura tecnológica.

Según señaló Ignacio Cobisa, analista senior de IDC España, en la Conferencia IoT que la consultora celebró en Madrid, "la mitad del gasto empresarial, en el año 2020 va a estar relacionado con los datos", de ahí que el modelo de IDC sea un núcleo inteligente que está definido por capacidades analíticas avanzadas, por IA, por machine learning o



¿Te avisamos
del próximo
IT User?



incluso por capacidades cognitivas. Este núcleo se alimenta de procesos de negocio, tanto internos como externos, insights de los propios activos de la empresa (los procesos conectados y los propios empleados) y, luego, es analizado por el núcleo inteligente, que se conectaría con el exterior, materializado en Internet de las cosas.

“No es una nueva arquitectura tecnológica solo, es una nueva organización de negocio porque permite introducir nuevos modelos organizacionales o comerciales digitales, de una forma mucho más ágil”, dijo Cobisa. La cantidad de información que manejan las empresas no para de aumentar y proviene de diferentes fuentes (RRSS, bases de datos tradicionales, IoT...). Los dispositivos conectados van a llegar a los 30 billones en 2020 y el universo digital se va a multiplicar por 10 en seis años -de los 5 ZB en el año 2014 hasta los 50 de 2020-; “esto equivale a 125 años de videos de alta definición e IoT va a suponer un 10% de esos datos”.

El 45% de las empresas que adopten IoT en Europa occidental van a aplicar IA & analytics en 2020. IoT, en definitiva, “va a ser el principal artífice de que las empresas sean capaces de obtener una enorme cantidad de datos y predecir el comportamiento de los clientes y qué sucede en las áreas operativas”. Esta administración de datos va a ir ligado a la analítica y a la IA para sacar el máximo partido a la infor-

mación de manera dinámica. Las aplicaciones de IoT incluyen soluciones que buscan la automatización y, en esa línea, “va nuestra predicción y es que en 2020, el 50% de todos los activos operativos nuevos van a ser autosuficientes y podrán diagnosticar sus propios problemas relacionados con los activos que le rodean”, explicó el analista de IDC, quien añadió que “esto permitirá realizar un análisis predictivo”. Otro de los grandes beneficios es que un activo con estas capacidades elimina procedi-

mientos rutinarios de los empleados con el fin de que puedan ocuparse de otras tareas más productivas.

En cuanto a los habilitadores de IoT, destacan la automatización de procesos, la reducción de costes operacionales y la mejora de la experiencia de usuario. Por el contrario, los inhibidores proceden de los costes iniciales, las preocupaciones por la seguridad y la privacidad.

En cuanto a los usos, en el caso del sector industrial se aplica para la trazabilidad o el seguimiento de los activos hasta el manteni-



miento predictivo. Entre los ejemplos que se dieron en el evento, “el de los ascensores, se detectan posibles problemas antes y ya los técnicos saben exactamente qué avería puede tener el sistema antes de llegar para repararlo; en el sector retail, permite predecir el comportamiento del consumidor. En cuanto

a utilities, los sensores que se colocan en la distribución de agua pueden detectar fugas dentro de los edificios”.

Para que todos esos datos tengan sentido, este despegue de IoT tiene que estar asociado a otras tecnologías, como la Inteligencia Artificial o el software cognitivo, un mercado que


en Europa sobrepasará los 500 millones de euros en el año 2021, en torno al 33% anual, y en el mercado español, lo va a triplicar en 4 años.

Como apuntó, Javier Delgado, ingeniero de ventas de Microstrategy, en su ponencia sobre “Democratización de los datos IoT”, la tecnología es capaz de captar información de lo que sucede, “pero lo más interesante es tener una buena red de comunicaciones y un equipo que pueda proponer soluciones preventivas y correctivas con esa información”. Hasta ahora, los dispositivos enviaban información de una manera transaccional, como los TPV de los bancos, ahora lo que ocurre es que estos dispositivos envían la información a través de un flujo de datos, y por ello, es necesario tener una tecnología que lo recoja, lo guarde y lo procese.

Gracias a este tipo de sistemas, apuntó Delgado, “somos capaces de procesar esos datos



**España es el quinto país
en inversión IoT. Se espera
que el gasto llegue a**
20.000
millones de euros en 2021



MÁS RÁPIDA,
MÁS ÁGIL,
PREPARADA PARA
EL FUTURO: UN NUEVO
ENFOQUE PARA LA
INFRAESTRUCTURA DE TI

Tres ventajas convincentes de la infraestructura
hiperconvergente

y, además, los usuarios finales van a poder ser capaces de conectarse directamente, combinarlo en tiempo real con otros múltiples sistemas, ponerlos en conjunción y aplicar reglas de inteligencia de negocio avanzadas, como técnicas predictivas, clasificación de objetos, etc. y tomar decisiones eficaces”.

Por otro lado, Pablo Boixeda, Big Data Presales & BDM de Cloudera, explicó en su intervención cómo implementar una iniciativa IoT, así como las ventajas del uso del IoT: eficiencia operacional, conocimiento del cliente para mejorar su experiencia de usuario y generación de nuevos servicios. “Actualmente están apareciendo nuevos negocios que antes no eran posibles, lo que supone un cambio disruptivo de negocio. Por ejemplo, Rolls-Royce hace un up-selling porque no solo vende los motores, sino que maximizan

Consumo y retail serán el motor del crecimiento de IoT en España

el rendimiento de ese activo para las aerolíneas porque les avisa de cuándo va a fallar dicho motor”. Por supuesto, el coche conectado es un negocio que está en auge.

Durante IoT 2018 de IDC, también hubo tiempo para las demostraciones y casos de éxito. Javier Delgado, de Microstrategy, hizo una demo con un coche teledirigido al que se le había instalado una Raspberry para ver, en tiempo real, la información que envía la telemetría y tomar decisiones en base a ello.

Por otro lado, Francisco Arroyo, director comercial y marketing de Volvo, mostró la cantidad de ventajas que ofrecen las soluciones IoT y cómo gracias a estos sistemas se puede evaluar –en tiempo real– la forma de conducción en España, Europa y el mundo entero. En Volvo cuentan con el programa Optifleet Drive, que gestiona los tiempos de trabajo del conductor, geolocaliza la flota, tiene un historial de las rutas de los vehículos para optimizarlas, controla el consumo del combustible y un largo etcétera que optimiza día a día los procesos de trabajo.

Al término de las ponencias, Emilio Castellote, analista senior de IDC España, dirigió las conclusiones de los grupos de trabajo en los que se dividieron los asistentes para debatir sobre los retos de IoT en las organizaciones. Entre las conclusiones, se mencionó que “esta transformación digital es un cambio cultural que hay que ir haciendo en las organizaciones y, en la sociedad, en general. La mayoría de las grandes empresas están trabajando con startups para copiar los procesos, la forma de trabajo, cómo desarrollan las soluciones y cómo las están comercializando”. ■



MÁS INFORMACIÓN

 [Vídeos de la Conferencia IoT 2018 de IDC](#)

 [IDC España](#)

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



A continuación, puedes ver las entrevistas con los portavoces de IoT 2018:



it televisión
Ignacio Cobisa
Senior Research Analyst, IDC

Ignacio Cobisa, IDC



it televisión
Javier Delgado
Ingeniero de ventas, Microstrategy

Javier Delgado, MicroStrategy



it televisión
Pablo Boixeda
Responsable de desarrollo de negocio para EMEA, Cloudera

Pablo Boixeda, Cloudera



it televisión
Alfonso Franco
CEO & Managing Director de All4Sec

Alfonso Franco, All4Sec



ENTERPRISE DAY

JUNTOS CREAMOS EL FUTURO

MADRID 31 DE MAYO

ESTADIO WANDA METROPOLITANO

HUAWEI TE INVITA AL ENTERPRISE DAY 2018

#HWED2018

El próximo día 31 de Mayo tendrá lugar en el estadio Wanda Metropolitano de Madrid el “Enterprise Day” de Huawei. Un evento para todo el ecosistema de Huawei Empresas donde la tecnología e innovación serán los protagonistas. Una jornada única para conocer de primera mano la estrategia y visión de Huawei Empresas.

¿Te lo vas a perder?

QUIERO INSCRIBIRME



El modelo tradicional de seguridad ya no sirve ante las nuevas amenazas

IDC sostiene que es necesario un cambio de actitud por parte de las organizaciones para hacer frente con éxito los, cada vez más sofisticados, actores del cibercrimen.

El año 2018 debería ser un punto de partida para no tener que ir detrás de esas amenazas que nos atosigan desde el cibercrimen. En los diez últimos años hemos acumulado muchos conocimientos y desarrollado habilidades en diferentes áreas para poner en práctica esos conocimientos, pero la

gran cuestión que hay que plantearse es cuál es la actitud de las empresas en el entorno de la ciberseguridad, ¿ha cambiado? ¿ha evolucionado?”, con estas preguntas daba inicio Emilio Castellote, analista senior de IDC España, al evento IDC Ciberseguridad 2018 celebrado en Barcelona.

La consultora lanzó dos previsiones a principios de este año que ayudan a situarse ante el nuevo escenario. Poniendo la vista en 2021, calculan que el 25% de los datos personales de todo el mundo estarán comprometidos y alojados en un Threat Data Lake. En esa misma fecha el cibercrimen aumentará un 30%.



Para evitar que este contexto dañe de forma irreversible a las organizaciones, desde IDC señalan cinco puntos claves de actuación que deberían ponerse en marcha ya:

→ El gran reto de las organizaciones es verificar quién accede el dato, hacerlo de manera fidedigna y dar confianza a los usuarios.

→ Para 2020 cualquier servicio digital deberá incorporar la seguridad por diseño en el ciclo de desarrollo (SDLC).

→ Ya no sólo hay que hacer una protección proactiva, si no que hay que incorporar a los

sistemas de seguridad programas de “deception” para que llegar al dato sea lo más difícil posible.

→ La inteligencia artificial será clave para automatizar los sistemas de seguridad, y no sólo para la recogida de datos.

→ Será necesario el uso de plataformas integradas para la gestión de la seguridad.

“Es importante cambiar la actitud en los nuevos escenarios de seguridad”, recalcó Castellet. “Estamos en medio de un proceso de transformación digital en el que se supone que el



objetivo final es convertir nuestras organizaciones en nativas digitales y eso lo marca el mercado.

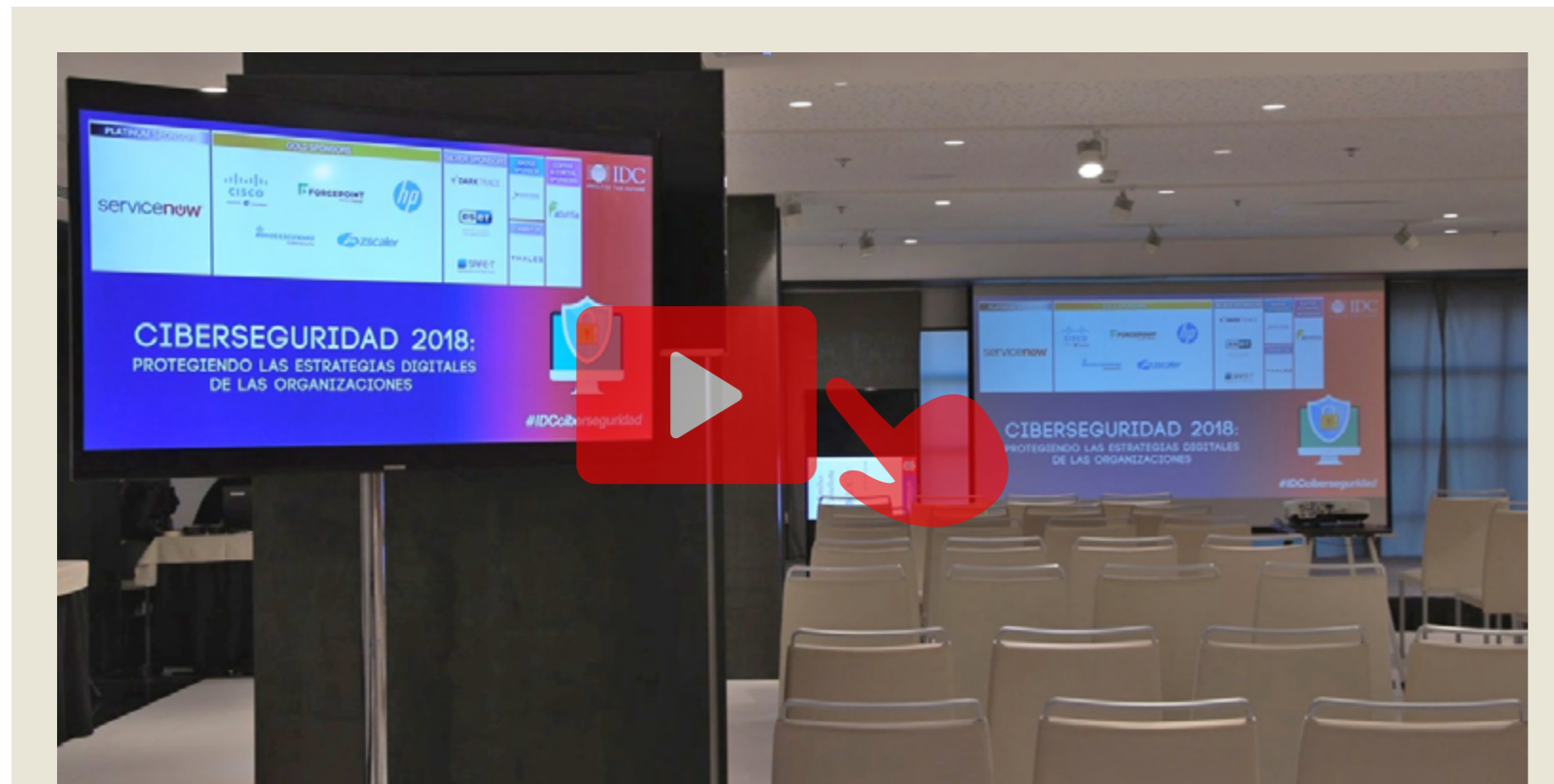
Las empresas emergentes son nuestros competidores de verdad. Además, el contexto tecnológico nos empuja a desplegar nuestras políticas de ciberseguridad. Nuestra actitud deberá ser una reformulación digital y cambiar los roles del CIO o CISO”.

ATAJAR EL PROBLEMA DESDE EL ORIGEN

Las organizaciones son cada vez más complejas, tienen más sistemas de intercambio de datos, trabajadores en modo remoto, proveedores que acceden a sus redes y clientes con los que comparten información. “La forma tradicional de protegerse era con firewalls, pero ahora hay que asegurar el dato crítico, tanto en su acceso como en los procesos de intercambio de datos”, advirtió Jesús Galindo, Regional Sales Director de SAFE-T

Una idea que también comparte Rafael Cuenca Carmona, Territory Account Manager Iberia de Rohde & Schwarz Cybersecurity, quien afirmó que la clave está en establecer la seguridad desde el momento del desarrollo: “la seguridad hasta ahora se ejecutaba a través de un firewall que analizaba el tráfico, y lo permitía o lo cortaba. Pero cuando las aplicaciones empiezan a hablar entre ellas es importante establecer una seguridad específica capaz de interrumpir el tráfico o modificarlo. No solo hay que buscar la automatización de los procesos, también de la seguridad”.

Tampoco hay que perder de vista otro elemento clave en la seguridad de las organiza-



ASÍ FUE IDC CIBERSEGURIDAD BARCELONA

ciones: la forma en la que se interactúa con los dispositivos. Smartphones, tabletas, ordenadores, impresoras... son la frontera, a nivel de riesgos, entre las personas y la tecnología. ¿Hemos pensado si son seguros? “Los dispositivos son lo que utilizamos para recuperar esa información que tenemos en el cloud, trabajar con las aplicaciones que están en Internet o volcar información de los servidores”, apuntó Jesús Paulino López, Consultor de Tecnología de HP Inc. Por eso propuso “trabajar en herramientas que hacen que la BIOS no sea vulnerable y que se pueda recuperar si ha sido atacada”.

“La mayor parte de las fugas de información de una compañía vienen de dentro, de forma accidental o voluntaria”, afirmó Javier Larrea, Senior Sales Engineer de Forcepoint, “Muchas veces solo centramos la seguridad de forma perimetral, cuando la mayor parte de la información se fuga por comportamientos de los usuarios internos. La idea es disponer de un sistema adaptativo en base al riesgo, es decir, identificar el contexto del usuario y el riesgo de sus acciones clasificar la amenaza.”.

En este mismo sentido, Carlos Tortosa, responsable de grandes cuentas y desarrollo de negocio de ESET España, respaldó la idea de añadir a esa seguridad perimetral una protección extra. Recordó que “en 2020 habrá 50.000 millones de dispositivos conectados, lo que significa que habrá 50.000 millones de puertas de entrada para los virus. En este escenario necesitamos una solución de seguridad que proteja nuestra información esté donde esté”. Sobre este punto también lla-



La Inteligencia Artificial apoyará a las tecnologías de ciberseguridad para elevar la protección

mó la atención Christopher J. Hudson, EMEA CISO de Zscaler: “ya no vale asegurar el perímetro de nuestra organización, para proteger servidores, aplicaciones y usuarios”.

PROTECCIÓN EN TIEMPO REAL

De lo que no hay duda es que “estamos en un momento de transformación digital bastante relevante, con tres tecnologías que –según Román Vargas, Consultant Systems Engineer de Cisco– están cambiando nuestro entorno: la movilidad, el cloud y el IoT”.

Además de usar cortafuegos, realizar actualizaciones del sistema o concienciar al usuario de la importancia de la privacidad de los datos, hay otras herramientas con las que hay que empezar a trabajar ya, como el machine learning y la inteligencia artificial.

“La base para que se dé un salto cualitativo en ciberseguridad es el aprendizaje máquina no supervisado. Es decir, no hay que basarse en reglas, firmas, búsqueda de datos, entrenamientos previos predefinidos o en correlaciones pensadas por alguien... porque esto no va a ser suficiente”, defendió Antonio Lorente, Cyber Security Business Development- Spain de Darktrace. “Necesitamos algo similar a lo que hace el sistema inmunológico humano. Conocer muy bien el interior de nuestra infraestructura, nuestro ADN digital como organización y, a partir de ahí, nuestro sistema inmunológico será capaz de defendernos. No sólo porque conoce un patógeno que ya hemos pasado, si no porque es capaz de reconocer aquello que no nos pertenece”.

De neutralizar amenazas en tiempo real sabe Ángel Pérez, gerente de organización y ciberseguridad de Abertis Autopistas España. La red de carreteras que gestiona esta organización está desplegando tanta tecnología que “en 2015 teníamos 9,8 IPs por cada kilómetro de carretera y en 2017 eran 17,6 IPs”. Uno de sus actuales proyectos es ver cómo gestionar la seguridad durante el tiempo que, en un futuro, inevitablemente, convivirán

TECHNOLOGY YOU NEED. NOT TECHNOLOGY WE MAKE.

INTRODUCING DXC TECHNOLOGY.

A new kind of partner, tempered by experience, fiercely independent and ready to help you grab all the opportunities digital transformation has to offer.

www.dxc.technology/GetItDone



DXC.technology

THRIVE ON CHANGE.

el coche autónomo y el convencional, y contribuir a la ciberseguridad vial. “Nuestra propuesta es que no sea el vehículo el que interprete las señales de tráfico, sino que sea la infraestructura. Y, además, controlar el nivel de automatización dentro de la carretera para que sólo circulen por ella coches confiables”.

EL PAPEL DEL RESPONSABLE DE SEGURIDAD

En este nuevo entorno, el papel del CIO o CISO es esencial. Las organizaciones no sólo tienen que cambiar su actitud en cuanto a los sistemas de ciberseguridad, también en el papel que desempeñan estos profesionales dentro de su organización. “Desde hace ya un tiempo el paradigma del valor de CIO y CISO ha cambiado de manera muy rápida y muy profunda, y a veces no es fácil de gestionar en las organizaciones”, explicó Xavier Gatus, director general del Centro de Seguridad de la Información de Catalunya (CESICAT). “Ya no son meros prestadores de servicios, sino que son partners estratégicos. Como tales, los CIO y los CISO debemos entender que nuestra aportación de valor no es solo entender la tecnología y gestionarla para que funcione y sea segura, sino cómo ponerla en valor para el desarrollo del negocio en un mercado competitivo y global”. Gatus también señaló a los profesionales, como actores imprescindibles en este cambio. Una posición que también defendió Miguel Cebrián, responsable técnico de ciberseguridad y GRC para el Sur de Europa de ServiceNow. “Los responsables de seguridad tienen que incorporar a todas las áreas de la compañía dentro de sus procesos. Tienen

que hacer que el resto de la organización aprenda y entregarles servicios que puedan ejecutar de un modo que ellos entienden y observar lo que sucede”. Si esto es así, “nos va a permitir evolucionar, ejecutar los procesos de seguridad de un modo eficaz, conseguir terminar nuestro ciclo de seguridad manteniendo el presupuesto y enfrentarnos al problema que hay ahora que no es el mismo de hace 20 años. El de ahora exige que paremos y pensemos de nuevo este proceso”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Vídeos IDC Ciberseguridad Barcelona 2018](#)



[IDC España](#)



Los retos del CISO

Durante la celebración de IDC Ciberseguridad 2018 en Barcelona, tuvo lugar una mesa redonda donde se debatieron cuáles son los principales retos a los que se enfrentan los CISO en el nuevo escenario en el que se encuentran las organizaciones, en materia de riesgos y amenazas. Moderado por Emilio Castellote, de IDC, en el debate participa-

ron Antoni Davia, responsable de seguridad del portal inmobiliario Servihabitat; Nuria Lago, de la cadena hotelera NH Hoteles; Juanjo Canals, de la empresa de gestión inmobiliaria Anticipa Real Estate; y Pau Juliá, de SCYTL, dedicados a la gestión del voto por Internet.

Todos ellos coincidieron en la necesidad, no sólo de adaptar-

se a la nueva normativa GDPR, sino en el imperativo de concienciar a los usuarios de que la seguridad de formar parte de todas las áreas de la compañía por defecto. Uno de los riesgos a los que deberán enfrentarse en los próximos años es al uso de modelos cloud, donde la encriptación de los datos será esencial.

¿Te gusta este reportaje?
Compártelo en redes



A continuación, puedes ver algunos vídeos de IDC Ciberseguridad Barcelona



it televisión
Xavier Gatus
Director General, Centro de Seguridad de la Información de Catalunya (CESICAT)

Xavier Gatus, director general del Centro de Seguridad de la Información de Catalunya (CESICAT).



it televisión
Ciberseguridad en las carreteras del futuro

Ángel Pérez, Abertis



it televisión
Antonio Lorente
Cyber Security Business Development- Spain, Darktrace

Antonio Lorente, Darktrace



it televisión
Mesa redonda: Los retos del CISO

Mesa redonda: El papel del CISO



**DIGITAL BUSINESS
WORLD CONGRESS**

Madrid 2018, 22-24 May



**FACING THE DIGITAL
AVALANCHE**

Discover #DES2018 Top Speakers



Stuart Russell
Computer Science Professor
Berkeley University
Artificial Intelligence



Tamara McCleary
CEO
Thulium
Brand Marketing



Arun Sundararajan
Professor
NY Stern University
Sharing Economy



Aristedes Mahairas
Head of NY Special Operations
FBI
Cybersecurity



Hanna Niemi-Hugaert
IoT Manager
City of Helsinki
Smart City

Follow Us

www.des-madrid.com

An event of
NEBEXT
NEXT BUSINESS LEADERS



Dell Technologies quiere hacer real la Transformación Digital

Dell Technologies ha celebrado en Las Vegas su Dell Technologies World, un evento para alrededor de 14.000 personas en el que la compañía ha mostrado las principales megatendencias que confluyen en las TI del presente y del futuro, y cuál es la apuesta para ayudar a las empresas en su viaje de transformación, un viaje que pasa por la transformación digital de procesos y modelos de negocio, la transformación de la infraestructura, la transformación del espacio de trabajo y la transformación de la seguridad.

Miguel Ángel Gómez (Las Vegas, EE.UU.)

Fue Michael Dell, chairman and CEO de Dell Technologies, el encargado de cortar la simbólica cinta inaugural de Dell Technologies World, un evento que bajo su nueva denominación reúne en la ciudad de Las Vegas a unos 14.000 asistentes de 129 países con un eslogan, Make it real, que busca mostrar a los asistentes lo que la tecnología puede hacer por sus negocios, por el mundo y por el futuro.

Porque ha sido el propio Michael Dell el que ha querido hablar de futuro, al señalar que este



MICHAEL DELL EN DELL TECHNOLOGIES WORLD 2018

evento es “una visión del futuro, que es mejor que el hoy, y una visión de la tecnología que lo hace posible”, una consecuencia de la Transformación Digital que está viviendo el mercado. Una transformación que afecta a todos, pero que es diferente para cada uno, “cada cliente está pensando en cómo utilizar la tecnología para cambiar todos los aspectos de su negocio”.

Y en este viaje hacia el futuro, papel relevante para la tecnología y, sobre todo, para los datos, porque vamos hacia un futuro donde los datos

serán protagonistas, tanto por la cantidad que se generará, dado que se estima que en 2020 cualquier ciudad generará unos 200 PB diarios, de los que el 99% no será generado por personas, sino por cosas; como por el uso que se haga de ellos, “el uso de los datos debe ser eficiente”, donde entran en juego tecnologías como IA o machine learning.

Hablando de IA, y preguntado por las recientes declaraciones de Elon Musk, co-fundador de Tesla, que comparaba el peligro de la Inteligencia Ar-

tificial con el de las armas nucleares, Dell no se mostraba partidario de una profunda regulación, y apuntaba que “es nuestro trabajo usar la tecnología de forma responsable. Toda tecnología rompedora como la IA tiene su lado bueno y su lado malo, pero las compañías debemos ser responsables del modo de usarla”.

Asimismo, también se ha mostrado confiado del efecto de 5G, que ve como “un acelerador de todo lo que la tecnología está provocando”.

Michael Dell apuntaba, además, que su compañía “es la única que puede ayudar a los clientes en sus procesos de transformación en todos sus aspectos”, y recordaba la visión de la Transformación Digital de la compañía, que pasa por la transformación digital (de los procesos de negocio), la transformación de las TI (infraestructura y aplicaciones), transformación de la fuerza de trabajo y transformación de la seguridad.

Este potencial ha llevado a Dell Technologies a crecer más rápido de lo planeado, mientras Michael Dell señalaba que “cada dólar ingresado representa el éxito de algún cliente”.

A la vista de los números, la respuesta del mercado está siendo buena, porque los responsables de la compañía presumen de poseer número uno en el mercado en áreas como servidores o almacenamiento, y que esperan que éste sean



veintiún trimestres seguidos ganando cuota de mercado en PC.

Finalizaba Michael Dell apuntando que su compañía “ofrece tecnología para un mundo mejor y un futuro mejor”, convencido de que la tecnología “es la fuerza de la innovación y del cambio en el mundo”. De ahí la importancia de un evento como “Dell Technologies World, nuestra oportunidad de compartir nuestra visión de la tecnología como motor del progreso en cada rincón del mundo”, señalaba Dell, que añadía que “los clientes están usando nuestra tecnología para cambiar el mundo para mejor, reimaginando sus procesos y sus industrias”.

LAS GRANDES MEGATENDENCIAS DEL MERCADO

Jeff Clarke, vicepresidente, Productos y Operaciones, Dell Technologies, ha hablado de las cinco tendencias tecnológicas que están dibujando tanto el presente como el futuro de la tecnología.

En opinión de Clarke, la primera de estas tendencias es la computación colaborativa e inmersiva, donde se mezclan realidades como la transformación del puesto de trabajo o la llegada de tecnologías disruptivas como la Inteligencia Artificial, Machine Learning o Realidad Virtual. Y es que la conjunción de estas líneas está provocando un espacio en el que se eliminan los límites que tradicionalmente han marcado el lugar de trabajo, para dar paso a un momento en el que los usuarios se conectan desde cualquier lugar y en cualquier momento, utilizando cualquier dispositivo a su alcance.



De hecho, los estudios estiman que un 82 por ciento de los llamados nativos digitales señalan que la tecnología que vayan a poder utilizar influye en el trabajo que quiera elegir.

Pero cambia también la forma de interactuar con esta tecnología, con interfaces de lenguaje natural, la ya mencionada Realidad Virtual, el tacto, la voz... y cambian de forma drástica los sectores en los que se van integrando, siendo algunos de los primeros la salud o la formación.

La segunda de estas tendencias rompedoras que confluyen es Internet de las Cosas, que está generando una nueva ola descentralizadora que lleva el control hacia el extremo en vez de hacia el core de la red. Y si el efecto de esta tendencia está siendo significativo, más lo será cuando sea una realidad la puesta en funcionamiento de miles de millones de dispositivos generando cantidades ingentes de datos como combustible para los negocios.

La tercera es la adopción de estrategias multi-cloud. En un mundo cada día más híbrido, los proveedores de tecnología proporcionan todo tipo de alternativas y opciones a los clientes, con el objetivo de que puedan generar una



infraestructura adecuada y necesaria para soportar su transformación, sin tener que limitarse por un tipo o modelo de computación en la nube.

La cuarta, la llamada Software-defined Everything, esto es, una realidad que apuesta por la agilidad, la velocidad, la flexibilidad, la escalabili-

PREPARADOS, LISTOS, ¡YA!

PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Ser líder requiere de esfuerzo, innovación, experiencia, calidad y del mejor equipo de profesionales.

En GMV llevamos 30 años entrenando en los mercados más evolucionados tecnológicamente, para conseguir aportar soluciones avanzadas a empresas que desean utilizar la tecnología como vehículo para transformar digitalmente su negocio.

GMV, LIDERANDO LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR FINANCIERO, SANIDAD, CIBERSEGURIDAD, AAPP Y GRANDES EMPRESAS.



GMV
OFICINAS CENTRALES
Isaac Newton, 11 P.T.M. 28760 Tres Cantos Madrid

www.gmv.es marketing.TIC@gmv.com

www.facebook.com/infoGMV
[@infoGMV_es](https://twitter.com/infoGMV_es)

gmv[®]
INNOVATING SOLUTIONS

dad... de la mano del software, que define todos y cada uno de los elementos de la solución TI, desde la computación al almacenamiento pasando por la seguridad o el networking.

Y, en quinto lugar, Inteligencia Artificial y Machine Learning, que suponen, quizá, la mayor de las oportunidades. De hecho, recientes estudios estiman que, en 2021, el 71% de las actuales aplicaciones de negocio serán mejoradas por la Inteligencia Artificial.

MÁS MADERA PARA EL CENTRO DE DATOS

Y junto con esto, un reciente estudio que deja claro que el 81% de los decisores de compra de TI entrevistados señalan que, si no asumen la Transformación, sus organizaciones no serán competitivas en el mercado mucho tiempo más.

Para Clarke, “el Moderno Centro de Datos ofrece a los clientes una ventaja sobre sus competidores y proporciona mejores oportunidades de negocio. Por eso, Dell EMC está proporcionando al centro de datos las tecnologías innovadoras que el cliente necesita ahora y aseguran su

futuro, ofreciendo soporte para cualquier evento del mañana”.

El nuevo PowerMax es una solución de almacenamiento que cuenta con una arquitectura NVMe extremo a extremo, y un motor de machine learning en tiempo real. Ofrece 10M IOPS y respuesta en la mitad de tiempo. Soporta NVMe-over-Fabrics SCM de baja latencia.

El motor de machine learning hace realidad el almacenamiento autónomo, aprovechando la analítica predictiva y el reconocimiento de patrones para maximizar el rendimiento sin necesidad de supervisión. Por último, también incluye deduplicación inline y compresión mejorada para una reducción de datos de 5:1.

Pero no es la única novedad en almacenamiento, donde encontramos también el Vx-Block System 1000

Asimismo, la compañía ha aprovechado la ocasión para mejorar los XtremIO X2 All-Flash arrays con el nuevo sistema operativo XIOS 6.1.

Y, para acompañarlos en el centro de datos, PowerEdge MX, una nueva solución modular que

permitirá a los clientes total flexibilidad para configurar y optimizar su infraestructura TI para las nuevas cargas de trabajo, que llegará al mercado en la segunda mitad de este año.

NOVEDADES EN HIPERCONVERGENCIA

Dell Technologies ha anunciado la disponibilidad de nuevas soluciones de hiperconvergencia para potenciar las capacidades de los clientes en sus procesos de transformación.

Se trata de nuevos appliances Dell EMC VxRail y nuevos sistemas VxRack SDDS, orientados ambos a que los clientes puedan acelerar su transformación hacia entornos multi-cloud.

Tal y como señalaba a IT User Shannon Champion, directora de marketing de producto de infraestructura hiperconvergente de Dell EMC, ésta es una de las áreas de negocio que más está creciendo. Según las cifras que maneja esta responsable, Dell EMC está al frente de las ventas de sistemas de infraestructura hiperconvergente (HCI) en 2017, tras haber crecido un 145%, dos veces y media más que la industria, lo que le deja una cuota de mercado en ingresos del 27,1%, de un mercado que, según IDC, podría suponer 10.300 millones de dólares en 2022.

Estas soluciones anunciadas son “un camino para que los clientes puedan sencillamente adentrarse en entornos multi-nube que capaciten a sus TI para responder a las demandas del negocio”.

Según el informe ESG 2018 IT Transformation Maturity Study, patrocinado por Dell EMC, el 98% de las compañías transformadas emplean in-



“Cada cliente está pensando en cómo utilizar la tecnología para cambiar todos los aspectos de su negocio”

**MICHAEL DELL,
CHAIRMAN AND CEO DE DELL TECHNOLOGIES**

fraestructura convergente o hiperconvergente, y el 86% usan ambas. Es más, estas compañías transformadas, corren el 35% de sus aplicaciones en este tipo de infraestructura, lo que les reporta unos ahorros operativos del 25%.

EUROPA OCCIDENTAL, UNA REGIÓN DE CRECIMIENTO

Siguiendo la estela del negocio mundial, la región de Europa Occidental de Dell Technologies crece a buen ritmo, ayudado por el momento que viven las economías de algunos de los países que conforman la región, ha señalado Henrik Thomsen, vicepresidente sénior y director general de Dell EMC para Europa Occidental y Rusia. Este portavoz, junto con Alexis Oger, vicepresidente de marketing de Europa Occidental y Rusia en Dell EMC, y Nicolai Moresco, vicepresidente para Europa Occidental de Dell EMC, han repasado la actualidad de la región.

Una zona en la que también son evidentes las megatendencias que se marcan en el mundo TI, apuntaba Alexis Oger, que añadía que desde la compañía “estamos en la mejor posición para ayudar a los clientes en el viaje de transformación. Estamos invirtiendo para mejorar la posición y asegurarnos de que respondemos a las necesidades de los clientes”.

Mirando la región, tal y como apuntaba Henrik Thomsen, “en todos los países estamos viendo cómo las empresas más exitosas están transformándose. No es una cuestión de países, sino de organizaciones, aunque también vemos muchas ciudades muy interesadas en transformarse”.

“Estamos viviendo un gran momento para el negocio”, continúa, “y no solo para la compañía, sino que hay varias economías en la zona creciendo a buen ritmo”.

Preguntado por **IT User** sobre las diferentes velocidades a las que están transformándose el sector público y el privado, este responsable señalaba que “no podemos decir que el sector privado lidere esta transformación, porque nuestra relación con los clientes es diferente país a país. En el caso de España. Los responsables de TI del sector público tienen muy clara la idea y la necesidad de transformación, y saben cómo tienen que hacerla, pero se ven limitados por los presupuestos. Estos están todavía demasiado restringidos y, además, sujetos a personas, y deberían orientarse más a la tecnología, que es lo que va a permitir la verdadera Transformación”.

En todo caso, apuntaba Nicolai Moresco apun-



¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes






taba que la compañía “es muy optimista respecto al negocio en España”.

Uno de los temas de los que más se ha hablado en este evento ha sido de la Inteligencia Artificial. En este sentido, Thomsen apuntaba que anteriormente había grandes proyectos difíciles de culminar, mientras que ahora “hay muchos proyectos pequeños que es más fácil finalizar y convertir en casos de éxito”.

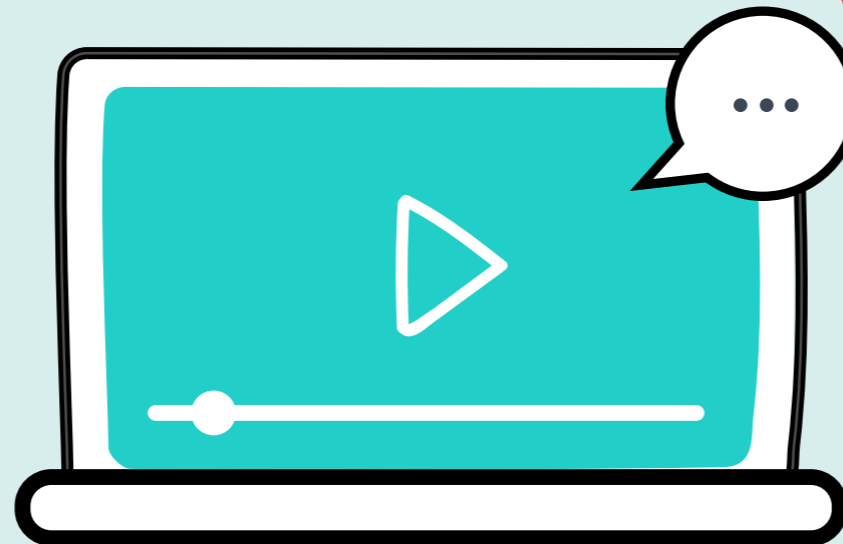
Otro tema de interés en Europa estos meses es GDPR, que, en palabras de Moresco, “puede convertirse en un punto de inflexión en los procesos de transformación de algunas compañías”.

Por último, preguntado por la competencia, Thomsen recalca que hay “muchas compañías haciendo un gran trabajo, pero, actualmente, no hay ninguna compañía que tenga una oferta tan completa como la nuestra”. ■

MÁS INFORMACIÓN

-  [Realize 2030](#)
-  [8 pasos para los CIOs para transformarse con IA](#)
-  [Informe del estado de madurez de la Transformación IT](#)

Próximos #ITWebinars



www.ittelevision.es



Estrategias para lograr una experiencia de cliente satisfactoria

Registro

31 MAYO



GDPR, el último empujón

Registro

29 MAYO



Seguridad y cloud. ¿qué nos queda por aprender?

Registro

28 JUNIO



MÁS DE 6.400 PERSONAS VIERON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ASLAN2018 cierra sus puertas con un crecimiento del 23%

Ésta era una edición especial e importante para ASLAN, que llegaba a su 25 aniversario, y se ha cerrado con éxito: 6.450 profesionales y 128 expositores especializados en soluciones y servicios que permiten acelerar la transformación digital.

ASLAN2018 se ha cerrado con 6.450 visitantes profesionales en línea con las expectativas de los organizadores que preveían que la cifra se situase por encima de los 6.000 asistentes. Además, han participado en el área expositiva 128 empresas especializadas en servicios, aplicaciones e infraestructuras conectadas.

La asociación @asLAN hace balance de su última edición, que se celebró los días 11 y 12 de abril, y cree que su crecimiento, el doble que en el año 2017, constata la evolución del sector.

En este sentido, según Markel Gruber, presidente de la Asociación @asLAN, "el sector vive un momento excepcional. La tecnología está en la estrategia corporativa de cualquier organización que quiera sobrevivir en el medio plazo. Con más de 20 billones de dispositivos conectados y la hiperconectividad de personas, cosas e infraestructuras IT, la red ha colonizado el mundo y ofrece una base para comenzar una nueva etapa en la que la seguridad de la



información, el análisis de datos y la integración de servicios desde la nube hará cambiar los modelos de negocio de las empresas en los próximos 10 años más de lo que ha cambiado en estos 25".

Estas cifras de crecimiento y la satisfacción generalizada de los expositores refuerzan la posición del Congreso anual organizado por la asociación @asLAN como el gran evento profesional en España especializado en Innovación

IT y tecnologías para acelerar la Transformación Digital, señala la organización.

PRINCIPALES NOVEDADES

Durante la celebración del Congreso, Gruber remarcó que las principales novedades del mismo "están muy ligadas a la evolución de la tecnología".

Así, durante los dos días de duración, los asistentes pudieron comprobar de primera mano tendencias como Internet de las Cosas, movili-

dad, economías colaborativas o Big Data. Es decir, "toda aquella tecnología que aportan valor a las empresas". No en vano, "nos encontramos en un momento en que cada vez más la tecnología se apoya en el negocio y el negocio en la tecnología", con lo que eso significa.

CARÁCTER PROFESIONAL

Markel Gruber también aprovechó la ocasión para remarcar el carácter profesional de los asistentes, algo que, en los 25 años que lleva en marcha el organismo, "ha sido nuestro objetivo y hemos trabajado por ello". Es por este motivo por el que Gruber ha destacado que el perfil de asistentes es "responsables de IT, ingenierías, proveedores de servicio, etc", mostrando su satisfacción por un perfil "que aporta valor a nuestros asociados".

"El sector vive un momento excepcional", ha resaltado Markel Gruber. "La tecnología es la estrategia corporativa de cualquier organización que quiera sobrevivir a medio plazo".

Alejandro Fuster, vicepresidente de la Asociación @asLAN, ha aprovechado para asegurar que, desde el organismo, "queremos transmitir ilusión". Una ilusión que se debe a que "todavía queda mucho camino por recorrer. Estamos en un momento de transformación de los negocios" y, desde @asLAN "ofrecemos



Markel Gruber
Presidente de la Asociación @asLAN



ENTREVISTA A MARKEL GRUBER, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN @ASLAN

una cita con contenido apasionante centrado en tres grandes áreas: infraestructura conectada, inteligencia de negocio y seguridad. Hemos hecho un gran esfuerzo para atraer ponentes y contenido relevante". No en vano, los foros que se van a llevar a cabo son "el corazón del contenido" ha señalado Alejandro Fuster.

"Somos el evento de referencia y nos vamos adaptando a las necesidades de las empresas", ha aseverado Francisco Verderas, secretario general de @asLAN, quien ha recordado que la Asociación cumple 25 años con lo que ésta

"es una edición del Congreso muy especial. Hemos llegado a los 25 años con un récord de asociados: 112. Nuestra intención es continuar creciendo".

SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS

Tal y como se pudo comprobar durante la celebración de ASLAN2018, la Transformación Digital es algo imparable. "Las empresas españolas se están preparando", destaca Markel Gruber. "Están viendo cómo la digitalización ayuda a evolucionar y a crecer en el mercado".




¿Te gusta este reportaje?



En opinión de Gruber, "lo que tenemos que hacer desde asociaciones como la nuestra es ayudar a las empresas a que se adapten a los nuevos tiempos y apoyarse en tecnologías como la Inteligencia Artificial, que puede aportar mucho valor, y mejorar aspectos como la experiencia de cliente". ■



MÁS INFORMACIÓN

-  [Toda la información sobre el Congreso & Expo ASLAN2018](#)
-  [Tecnología e innovación para el futuro de la producción](#)
-  [La empresa digital: transformando las TI con nuevas infraestructuras](#)

IMPACTO ECONÓMICO DE CLOUD COMPUTING EN EUROPA

Este estudio destaca los beneficios económicos de la adopción de la computación en la nube y el libre flujo de datos dentro de la Unión Europea. El estudio muestra cómo una mayor adopción de los servicios cloud podría agregar un ingreso total acumulado de 449.000 millones de euros al PBI de los 28, con un impacto significativo en el empleo y la creación de negocios. La implementación de la certificación de seguridad y la eliminación de los requisitos de localización de datos podría aumentar los beneficios en 19.000 millones de euros entre 2015 y 2020.



Private Cloud as a Service

La Suma de lo Mejor de ambas Nubes

Según el Informe sobre Cloud de Frost&Sullivan,
“Lo que las empresas necesitan es un entorno capaz de combinar la escalabilidad, pago por uso, velocidad y eficiencia de la nube pública con el control, seguridad, y visibilidad de los centros de datos tradicionales”

“Y con la potencia y facilidad de gestión del Orquestador Wotan de WALHALLA”, añadimos nosotros



A LOS CIOs LES PREOCUPAN ALGUNAS COSAS

Pero el 64% de los CIOs está preocupado por la Seguridad y Cumplimiento Normativo de la Nube. El 45% declaran optar por Nube Híbrida por esas razones

LA NUBE PÚBLICA TAMBIÉN TIENE VENTAJAS ...

Elasticidad y pago por uso real (OPEX)

AÑADA A ESO UNA SENCILLA GESTIÓN EN MODO DRAG&DROP

Para que la gestión sea sencilla y flexible, nada mejor que Wotan, el reconocido Orquestador sencillo pero potente, que controlará su Nube Privada y, si lo desea, también sus Nubes Públicas

¡HABLEMOS!

¿Desea Usted saber más detalles sobre la Private Cloud as a Service (PRCaas)? ¿O, quizá, desea ser Partner nuestro? Déjenos sus datos de contacto en <http://walhallacloud.com/contacto/y-hablemos>

LA NUBE ES EL FUTURO

En 2020, el 80% de las cargas de trabajo habrán migrado de los DC tradicionales a la Nube

DE LA NUBE PRIVADA A LOS CIOs LES GUSTA ...

A medida, segura, cumple leyes y normas, bajo control, integridad de datos y aplicaciones, la instalas donde quieras

¿SOLUCIÓN? PRCaaS, LO MEJOR DE AMBAS NUBES, JUNTO

Una Nube Privada dimensionada a medida de sus necesidades, instalada donde quiera, hipersegura, controlada, sellada y escalable, pero en Pago por Uso

Y TODO CON UN TCO DE HASTA UN 40% MENOS

Las mejores soluciones no tienen por qué ser las más caras. De hecho, que su Coste Total de Operación a 3 o 4 años sea sensiblemente menor que las alternativas es una de sus ventajas más importantes

Inteligencia artificial y capacidades autónomas, claves para extraer del dato una ventaja competitiva

“En la nueva era digital, los datos deben estar en el centro mismo de la estrategia de las empresas”, ha sido el mensaje recurrente de Oracle en su evento ‘Be Data Driven: Information Management & Analytics Summit’. La compañía ha mostrado a sus clientes las tendencias y tecnologías que pueden marcar la diferencia en la economía de los datos.

El evento de Oracle fijó la atención en la relevancia de los datos, su gestión y análisis para ser competitivos en economía de los datos. Así lo destacó Félix del Barrio, vicepresidente de Cloud Platform Business Development para EMEA, al sostener que “en la nueva era digital, los datos deben estar en el centro mismo de la estrategia de las empresas porque es un activo fundamental para el desarrollo del negocio”.

En su opinión, el valor del dato está al mismo nivel que la propiedad intelectual y otros activos, pero sólo el 29% de las organizaciones son real-



mente capaces de extraer todo su valor, advirtió aludiendo a datos de diferentes consultoras.

En opinión de las compañías, los motivos por los que un 55% tiene problemas para cubrir las vacantes libres figuran las nuevas tecnologías, las nuevas pautas de trabajo y los cambios estructurales. En concreto, los cambios en las estructuras organizativas son la razón más citada (59,4%). A continuación, se encuentran la irrupción de las nuevas tecnologías (58,7%) y, por último, las nuevas pautas de trabajo (57,7%).

PERFILES MÁS DIFÍCILES DE ENCONTRAR

En este escenario, Oracle sitúa la Inteligencia artificial y las capacidades autónomas como claves de la nueva era digital. “Hoy es humanamente imposible obtener valor de los datos de forma manual. El objetivo de las empresas es tomar la decisión correcta, en el momento adecuado, para ofrecer la mejor experiencia a todo tipo de usuarios”, subrayó. Y esa experiencia optimizada debe ser “data driven” o impulsada por los datos, basada en la información concreta sobre cada usuario y no simplemente ofreciendo respuestas automatizadas.

Por su parte, Camil Alper, experto mundial de Oracle en DW y Big Data Development, destacó las aportaciones que genera la nueva estrategia de gestión autónoma de información, hablando de las múltiples ventajas de su Autonomous Database, que Gartner posiciona en el nivel más alto de “capacidad de ejecución” en su Cuadrante Mágico para Solución de Gestión de Datos para Analytics.

Se trata de una nueva tecnología con capacidades de auto-ejecución, auto-protección y auto-reparación, que automatiza procesos clave de gestión y seguridad de los sistemas de bases de datos, como instalación de parches, ajustes y actualización, todo ello manteniendo el funcionamiento de las infraestructuras críticas.

Tecnología como ésta con capacidades de aprendizaje autónomo es clave y, en este sentido, Borja González, vicedecano, data science y tecnología del IE, destacó que “el empleo de Machine Learning en la realidad empresarial pasa no solo por poder obtener información del dato sino por cambios estructurales en organizaciones que afectan tanto a los procesos como a las personas”.

Por su parte, Oliver Perard, data science de Oracle, ha abundado en el modo de aplicar la inteligencia al dato, usando técnicas de Machine Learning, y ha explicado algunas experiencias de implantación realizados en los sectores de banca y media.

“Nos encontramos en un momento crucial en la transformación digital de las empresas. Los datos son un activo tan importante como la propiedad intelectual, o la propia marca”

FÉLIX DEL BARRIO, VICEPRESIDENTE DE CLOUD PLATFORM BUSINESS DEVELOPMENT PARA EMEA



Precisamente los clientes han tenido un importante papel en el evento. En el área demo, los asistentes han podido comprobar en directo el valor aportado por Big Data, y ha servido para exponer el caso de CaixaBank o Seur, que han utilizado sus datos para elevar el valor del negocio.

En el caso de CaixaBank, la entidad ha gestionado de modo proactivo sus datos para mejorar su efectividad comercial y su eficiencia, mientras que, según Óscar Raúl Cuevas, director de BI de Seur, “el dato está hoy en el centro de nuestro negocio. Tenemos 400 modelos de datos para predecir lo que viene la semana que viene, en un trimestre o en el año”.





La avalancha de IoT llega a la red corporativa.

¿Tienes un plan estratégico de seguridad?

[Descarga informe de IoT de Gartner](#)



LOS DATOS SON TAN IMPORTANTES COMO LA MARCA

Aprovechando el evento, quisimos conocer las opiniones de Félix del Barrio, que explicaba a IT User que “nos encontramos en un momento crucial en la transformación digital de las empresas. Los datos son un activo tan importante como la propiedad intelectual, o la propia marca. De hecho, la valoración de las empresas en el mercado está condicionada por la capacidad que tienen en extraer valor de los datos. Este indicador es conocido como ROD (Return On internal and external Data). Lo que hemos querido transmitir a nuestros clientes es la necesidad de tomar decisiones estratégicas con respecto a los datos. Nos referimos tanto a los datos estructurados recogidos por la propia empresa en sus sistemas, como a los datos no estructurados provenientes de redes sociales u otros canales”.

“En el evento Be Data Driven: Information Management & Analytics Summit”, continúa, “hemos reunido no solo a CIO, sino también a especialistas de sistemas y bases de datos, y a representantes de nuevos perfiles profesionales, como CDO (Chief Data Officers). Pero lo cierto es que es un mensaje que también es relevante para representantes de las líneas de negocio de las empresas, como directivos de marketing, de finanzas y de RRHH”.

APROVECHAR EL DATO, EXTRAER SU VALOR

En la sesión de inauguración del evento se comentó que solo el 29% de las empresas extraen el valor al dato. En palabras de nuestro interlo-



cutor, “es una evolución natural. Solo en los últimos años se han desarrollado las tecnologías que permiten a las organizaciones extraer el valor máximo de los datos. Por un lado, hay empresas que han desarrollado más que otras sus estrategias de transformación digital. Por otro, están las empresas que son nativas digitales. Pero la mayor parte de las organizaciones deben desarrollar sus proyectos de transformación digital al mismo tiempo que mantienen el negocio habitual. Lo que ocurre es que ahora, con la alta disponibilidad de tecnología –en particular gracias a su disponibilidad en la nube– todas las empresas pueden enfrentarse a nuevos competidores y a riesgos en sus estrategias de negocio. Lo que indudablemente va a suceder es que la mayor parte de las empresas van a empezar a experimentar en diferentes facetas (marketing, ventas, servicios, gestión financiera, gestión del talento...) para desarrollar proyectos innovadores. En todos esos proyectos, la capitalización del

valor del dato será una premisa fundamental”.

Y aquí entra en juego la IA y la automatización, porque “es humanamente imposible hacer frente a todos los desafíos empresariales de forma manual. Las empresas no tienen capacidad humana para relacionarse con todos y cada uno de sus clientes en el modo en que estos esperan. Tampoco podemos conocer todas las aspiraciones y capacidades de todos y cada uno de los empleados. Es imprescindible contar con una estrategia que automatice y aplique inteligencia artificial y machine learning para extraer toda la información necesaria. El objetivo es tomar la decisión correcta, en el momento adecuado para ofrecer la mejor experiencia. Y esto debe ser data driven, basado en la relación con el usuario concreto, mejor que ofreciendo experiencias estandarizadas. Solo con la aplicación de inteligencia artificial basada en datos, y con el uso de machine learning, se puede llegar a ofrecer esa experiencia única”.

En España “nos encontramos en un nivel de aceptación y de adopción de estas tecnologías relativamente alto. Podemos estar en un segundo grupo en EMEA después del Reino Unido y de los países nórdicos, que están más avanzados. Por sectores, algunos como el del Retail, la banca y las telecomunicaciones, son claros pioneros y algunos de nuestros clientes en España, como Caixa-Bank o Telefónica, son referencias mundiales”.

Además, “por lo que se refiere a las capacidades, desde el punto de vista tecnológico se han reducido considerablemente las barreras de entrada gracias a la nube, así que eso no es un problema. Sí que estamos viendo ciertas limitaciones en los perfiles profesionales disponibles, lo que debemos combatir con formación. Pero hay un matiz importante, no se trata solo de tener más “Data Scientists” o expertos en lo digital. Se trata de que los profesionales de todas las áreas incorporen lo digital y la puesta en valor del dato como parte de su bagaje profesional. Así, lo que demandará la sociedad en unos años serán abogados digitales, policías digitales, médicos digitales...”.

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



ORACLE AUTONOMOUS DATABASE

Para finalizar, quisimos detenernos en un punto significativo del programa del evento, Oracle Autonomous Database. Según afirma Félix del Barrio, “la base de datos autónoma proviene de la evolución de las capacidades automáticas que se han ido incorporando a nuestra tecnología durante décadas, de la experiencia con los clientes –que son los que demandan innovaciones en función de sus necesidades de negocio, y de haber estado aplicando la Inteligencia Artificial a nuestras aplicaciones desde hace 6 años. Con todo esto hemos conseguido masa crítica y hemos pasado de tener una tecnología que tenía “ciertos automatismos” a una tecnología “autónoma”. Por hacer un símil con el mundo del automóvil, ya hay muchos vehículos que contienen automatismos, como

una alerta al dar marcha atrás, o un frenado automático al detectar un obstáculo. Estos automatismos han desembocado finalmente en coches autónomos que se conducen solos. Es ahí, en ese paso, donde es imprescindible aprovechar las capacidades de la inteligencia artificial para poner en valor los datos”.

Asimismo, “las ventajas en la base de datos son muy claras, puesto que “se conduce sola”. Es una base de datos que se auto securiza y se autorepara, es una tecnología que asigna los recursos necesarios en cada momento, escalando con el negocio. Y hay beneficios concretos, como la reducción del 80% de los costes de administración y del 70% de los costes de funcionamiento. Por último, reduce riesgos, al eliminar el error humano, y mejora la disponibilidad. Con todo ello, confiamos en que esta tecnología sea un gran acelerador de la innovación”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Oracle Autonomous Database](#)



ESTUDIO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN ESPAÑA

En España, el panorama en cuanto a transformación digital no es alentador, y la gran mayoría de empresas españolas están yendo a remolque en comparación con otros países. Sus estrategias están siendo poco efectivas porque se aplican como iniciativas aisladas en vez de estructurar un plan global. En este ebook, Paradigma Digital plasma su propia visión a través de un análisis de cómo están afrontando en España la digitalización cada uno de los diferentes sectores empresariales con los que ha trabajado y en qué estado se encuentran.

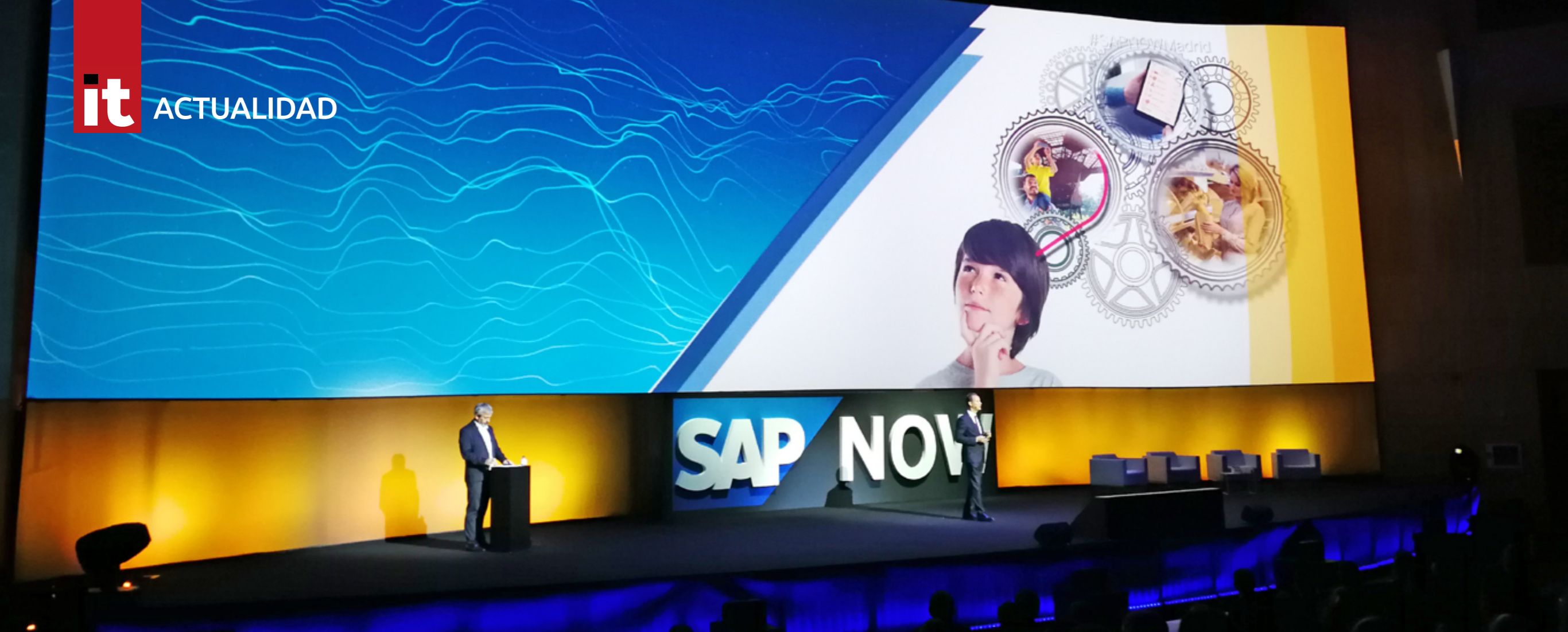


¿CUÁLES SON LAS **VENTAJAS** DEL SOFTWARE DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN CLOUD?



Descarga este **documento ejecutivo** de





SAP reúne en España a más de 2.000 profesionales en torno a la Empresa Inteligente

SAP España ha celebrado SAP NOW, un evento que ha reunido a más de 2.000 profesionales en torno a la Empresa Inteligente y la Economía Digital. Además, esta cita ha servido para constatar que cada vez más clientes españoles de la firma están migrando a cloud.

Steve Tzikakis, regional president de SAP South EMEA, señalaba en el arranque de la sesión plenaria que las empresas, “han elegido la oportunidad de digitalizarse para ir más allá de las fronteras que conocen. Aproximadamente, un 3% de ellas ha adoptado la transformación digital. Lo interesante aquí es que el 93% considera que sin la Transformación Digital no existirían hoy en día. Nuestros propios datos nos indican que el índice de crecimiento de aquellas que han adoptado tecnologías digitales es un 4 o 5% mayor que el ratio de incremento del mercado”.

Tras destacar las tecnologías que realmente van a tener un impacto en la Transformación Digital, como la hiperconectividad o el poder

de la supercomputación, quiso detenerse especialmente en cloud, que supuso en su momento un desafío para SAP, y que es un área en la que hoy en día tiene 200 millones de usuarios en todo el mundo. Ha concedido especial importancia al hecho de que 1,3 billones de usuarios digitales, aproximadamente el 50% de los usuarios de Internet, tienen su perfil registrado en una plataforma SAP, denominada Gigya, empresa que acaba de adquirir. Otras tecnologías destacadas han sido Blockchain, las soluciones de gestión de

¿Te avisamos del próximo IT User?



RRHH y las de Marketing. Finalizó su intervención destacando que el negocio tradicional de SAP ya solo representa 1/3 de sus ingresos y que el resto proviene de las áreas de innovación. Un ejemplo de ello es SAP Leonardo, el sistema de innovación digital de la compañía, “la familia de productos que más rápidamente está creciendo en SAP y que, solo en el último trimestre, han adoptado 310 empresas que no eran usuarias de SAP”.

Por su parte, João Paulo da Silva, vicepresidente sénior y director general de SAP España, Israel,



CÓMO PUEDE LA TECNOLOGÍA TRANSFORMAR LOS NEGOCIOS

Portugal y países de África Francófona, subrayó que “las empresas tienen necesidad de entender el entorno que les rodea, ser capaces de resolver problemas y la manera de conseguir eso de forma inteligente es mediante la conexión de personas, procesos de negocio y cosas”.

Da Silva expuso ejemplos de cómo será el mundo en 2030 gracias a la Inteligencia Artificial, las ventajas que aportará a los servicios públicos; los beneficios tangibles para el ciudadano en cuestión de infraestructuras, educación o sanidad, y en la colaboración hombre-máquina. Los beneficios de esta tecnología tendrán una importante aplicación a la empresa, que será capaz de predecir numerosas cuestiones relevantes para el negocio, como la fuga de un cliente, la caída del stock, la rotura de una máquina... SAP se está preparando para ello y está “invirtiendo en automatizar y añadir inteligencia en todos nuestros sistemas. Según Da Silva, “dentro de dos años, aproximadamente, el 30% de nuestras soluciones se van a automatizar. Y este ritmo va a ser constante de ahora en adelante”.

EL PAPEL DE LOS PARTNERS EN SAP NOW

Los partners que han dado apoyo al evento y el área de exposición contó con una nutrida participación de muchos de ellos. Además, AUSAPE, la asociación que aglutina a gran parte de los usuarios y partners de SAP en España, ha estado también presente en el evento.

La exposición ha sido también el escenario donde se han realizado demostraciones en vivo, sesiones paralelas sobre diversos temas

como usabilidad, redes de negocio, compras inteligentes para el mundo digital, el sistema de innovación digital SAP Leonardo, la cadena de suministro inteligente... También se han celebrado Digital Business Summits, sesiones en las que diferentes clientes expusieron sus experiencias con la tecnología del fabricante. ■

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Analíticas y nube inteligente](#)

Las migraciones a Cloud, una realidad en el caso de SAP

Se ha podido constatar la semana pasada en SAP Now, donde clientes como Meliá o García Carrión hablaron de sus experiencias de migración a cloud.

La compañía cedió parte del protagonismo del SAP Now a sus clientes, empezando por Meliá Hotels International, que ya había resultado ganadora del SAP Quality Awards para la región de Iberia el año pasado en la categoría de Fast Delivery. Este proyecto acaba de recibir también uno de los reconocimientos a nivel de EMEA.

La firma ha trasladado todas sus infraestructuras y su gestión a la nube privada de la compañía. En total, migró en 36 horas a la plataforma SAP HANA Enterprise Cloud (HEC) 14 sistemas SAP


on-premise con la ayuda de SAP Digital Business Services. En la iniciativa, cuatro sistemas fueron actualizados de versión y cinco migraron a SAP HANA. Como explicó Pilar Dolls, CFO de la compañía, “fue un proceso transparente en el que los usuarios no se dieron cuenta del cambio”.

José García-Carrión, presidente de García Carrión, fue otro de sus invitados. Esta compañía también acaba de anunciar la migración de sus sistemas a SAP. Este ejecutivo incidió en que la compañía, desde sus inicios, siempre ha apostado por la tecnología y la automatización al máximo, tanto en los sistemas como en las fábricas.

Por su parte, Juan Manuel González Serna, presidente de

Grupo Siro, hizo un anuncio similar. En el caso de esta compañía, llevará a cabo el traslado a la nube a finales del mes de mayo y espera que sea un éxito, “desde Venta de Baños a Alemania en menos de 24 horas, con Telefónica y Deutsche Telecom”.

Por su parte, Quirze Salomó, presidente de Home Meal Replacement-Nostrum, participó también, junto a García Carrión y González-Serna, en la mesa redonda. En su caso, la compañía de restauración rápida está poniendo en marcha un proyecto de autoservicio en sus establecimientos, basándose en SAP, por el que los usuarios podrán realizar su pedido y abonarlo sin que intervenga ningún ser humano.



El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



Impresión Digital

Con la colaboración de:

brother
at your side

Canon

EPSON
EXCEED YOUR VISION



EL GOBIERNO APRUEBA LOS PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO 2018

670 millones de euros para impulsar la Agenda Digital en España

Tras un acuerdo in extremis con Ciudadanos, y con el apoyo casi confirmado del PNV, Cristobal Montoro, Ministro de Hacienda y Función Pública, presentó, a finales de marzo y en el Congreso de los Diputados, los Presupuestos Generales del Estado 2018, “unas cuentas elaboradas en un momento de sólido y equilibrado crecimiento de la economía española, en las que el gasto social se mantiene como la principal prioridad”, destacó el Ejecutivo de Mariano Rajoy, quien consideró que estos presupuestos “serán decisivos para seguir avanzando hacia el objetivo de alcanzar los 20 millones de empleos y para que este año se reduzca el déficit público por debajo del umbral del 3% del PIB”.

CRECE LA INVERSIÓN EN I+D+i

Y en este fin, la inversión en I+D+i y Nuevas Tecnologías es crucial. Por lo menos eso es lo que se asegura en el documento que destaca que “las dotaciones previstas para la política en los Presupuestos Generales del Estado responden a las directrices del Gobierno, parti-

Cristobal Montoro, Ministro de Hacienda y Función Pública, ya ha entregado en el Congreso de los Diputados los Presupuesto Generales del Estado (PGE) 2018, en los que la partida presupuestaria para actividades de I+D+i, telecomunicaciones, y Sociedad de la Información y Agenda Digital se ha incrementado un 8,3%, un 5,5% y un 1,76% respectivamente.



cularmente en lo que se refiere al cambio de modelo productivo, dotando al sistema científico de los créditos que permitan mantener las cotas de excelencia alcanzadas en los últimos años y conseguir que los recursos y capacidades con los que hoy cuenta la ciencia española contribuyan de una manera más eficiente a la recuperación económica y al desarrollo social de nuestro país, a través de las políticas de innovación y de transferencia de tecnología”.

Los recursos a actividades de I+D+i se han incrementado un 8,3% con respecto a 2017, lo que supone 560 millones de euros más, hasta alcanzar los 7.044,47 millones.

Por su parte, el Gobierno ha decidido destinar 690 millones de euros a los programas de Innovación tecnológica de las telecomunicaciones y de Investigación y desarrollo de la Sociedad de la Información, un 5,5% más que lo que se destinó en los Presupuestos Generales del Estado 2017. Concretamente, para la parte de telecomunicaciones se destinarán 548 millones de euros, mientras que el desarrollo de la Sociedad de la Información contará con una partida presupuestaria de 142 millones de euros. El objetivo es “financiar iniciativas para el impulso, desarrollo y consolidación de la Sociedad de la Información, tanto en el ámbito



CRISTOBAL MONTORO ENTREGA LOS PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO 2018

empresarial como en el de la administración electrónica y los ciudadanos”.

IMPULSAR LA AGENDA DIGITAL

Para el Gobierno, las políticas prioritarias son “una regulación flexible y avanzada en materia de telecomunicaciones, profundizando en el proceso de liberalización del sector mediante la modificación del marco regulador nacional de las telecomunicaciones; la mejora de la ca-

lidad de los servicios de las telecomunicaciones; el impuso de la banda ancha de muy alta velocidad; y el desarrollo de la Estrategia de la Agenda Digital para España”.

En total, el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital dispondrá de 5.599 millones de euros en los presupuestos generales del Estado. Esta cifra supone un 6,36% más que en 2017.

De la cantidad total, 670 millones irán a parar al área de Sociedad de la Información y Agen-

da Digital, que ve aumentado su presupuesto de 2017 en tan solo 1,76%. La mayor parte de la dotación presupuestaria se la lleva Energía, 4.542 millones, cuya partida crece un 7,44% más que en el ejercicio anterior. Turismo es la que se lleva una menor cuantía, 339 millones.

Los PGE 2018 recuerdan que el objetivo de la Agenda Digital para España “es trazar un rumbo que permita maximizar el potencial económico y social de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y en particular de

internet, como soporte esencial de la actividad económica y social, fomentando la innovación, el crecimiento económico y la mejora de la vida cotidiana, tanto para los ciudadanos como para las empresas, mediante el despliegue generalizado y la utilización más eficaz de las tecnologías digitales”.

EN QUÉ SE VA A INVERTIR

Con esos 670 millones, el departamento de Agenda Digital tendrá que arreglarse para se-

La falta de presupuestos frena la inversión pública en tecnología

La falta de presupuestos está haciendo mella en el ritmo de inversión en tecnología de las distintas Administraciones, según constata el último informe de AdjudicacionesTIC, la plataforma online de análisis y consultoría que dedica su actividad a la información y asesoramiento de empresas tecnológicas en su relación con más de dos mil quinientas entidades y organismos de la Administración Pública en España.

Según sus datos sobre las mayores licitaciones de entidades

públicas en nuestro país durante el primer trimestre se está produciendo una ralentización de las inversiones públicas. Los números lo ponen en evidencia ya que en los tres primeros meses de 2017 se adjudicaron 1.455 proyectos por valor de más de 600 millones de euros, mientras que en el mismo período de 2018 tan sólo se han adjudicado 1.163 proyectos por valor de 470 millones de euros aproximadamente.

Para esta consultora, después de dos años de ‘parón tecno-

lógico’ en la Administración Pública debido a la contención de las inversiones, 2018 ha dado comienzo con unas perspectivas macroeconómicas esperanzadoras. “Sin embargo, el año se inicia sin los Presupuestos Generales aprobados y al mismo tiempo con la reciente entrada en vigor de la Nueva Ley de contratos del Sector Público, lo que ha ralentizado la puesta en marcha de proyectos”, ha explicado Ismael Moreno, socio fundador de AdjudicacionesTIC.

Clica en la imagen para ver la galería completa





guir avanzando en el cumplimiento de los objetivos de digitalización de nuestro país y de las líneas fijadas en el Mercado Único Digital, profundizando en iniciativas que ya estaban anunciadas.

Los esfuerzos se centrarán en la extensión y consolidación de la Banda Ancha mediante el PEBA, Plan 300X100; el avance en la política de territorios inteligentes; el impulso de la innovación en materia de sociedad de la información, centrada en el desarrollo e implantación de tecnologías disruptivas; y seguir reforzando las capacidades de ciberseguridad a través del INCIBE, el Instituto Nacional de Ciberseguridad.

La entidad pública Red.es contará con una transferencia por parte de la SESIAD de 120 millones de euros destacando el nuevo desarrollo de actuaciones dentro de la Plan Nacional de Territorios Inteligentes.

Los presupuestos también incluyen una dotación de 5 millones de euros para la Fundación Barcelona Mobile World Capital, iniciativa con la que ya estaba colaborando.




Para los responsables de la cartera, el au-

¿Te gusta este reportaje?



mento en casi todos los capítulos de gasto coloca al Ministerio en la senda de crecimiento continuado y sostenible en la que se mantiene la economía española, con mejoras y aumentos selectivos en determinadas políticas. ■

MÁS INFORMACIÓN

-  [Presupuestos Generales del Estado 2018](#)
-  [Comparecencia de Cristobal Montoro presentando los Presupuestos Generales del Estado](#)
-  [La empresa digital: Transformando las TI con nuevas infraestructuras](#)

CÓMO CREAR EXPERIENCIAS DE CLIENTE DIGITALES, CONECTADAS Y FLEXIBLES

Nunca ha sido tan difícil obtener la satisfacción de los clientes. Tienen de todo: dispositivos, canales, información y opciones. También tienen más poder. Pueden cambiar de marca cuando les apetezca. Y si no les gusta algo, lo comentan en las redes sociales. Es más, las expectativas de los clientes son cada vez más altas. Aun así, es posible superar estos retos. Descubre en este documento el secreto para lograr la fidelidad de los clientes.



EL FABRICANTE ANUNCIÓ NOVEDADES EN COCHES CONECTADOS, INTERNET INDUSTRIAL Y NB-IOT

Huawei muestra cómo conectar “bits y engranajes” en Hannover Messe 2018



Huawei ha aprovechado su participación en la feria Hannover Messe 2018, que se celebró a finales de abril en la ciudad alemana, para mostrar sus avances en áreas como los vehículos conectados, Internet Industrial o 5G. La firma ha destacado la importancia de estos segmentos en un mundo donde Internet de las Cosas está siendo protagonista.

Bárbara Madariaga. Hannover (Alemania)

La última semana de abril, el mundo de la Industria 4.0 tuvo sus miras puestas en Hannover, donde se está llevando a cabo un congreso en el que se está mostrando los últimos avances para la digitalización de la industria.

Una de las empresas que participó en Hannover Messe 2018 es Huawei, quien, bajo el lema “Liderar nuevas TIC, conectar bits y engranajes” mostró cómo la conectividad mejora los procesos productivos industriales.

En este sentido, Huawei acudió con tecnologías “innovadoras” como son Internet de las Cosas, el cloud, eLTE y 5G, “para demostrar cómo se pueden aplicar en una amplia gama de escenarios industriales, tales como ascensores, escaleras mecánicas, fabricas, logística o mantenimiento, y hacerlos “inteligentes”. Con esto “se redefine la cadena de valor y se fomentan nuevos métodos productivos, estructuras industriales o modelos comerciales” con lo que se consigue “el crecimiento económico”.

PRIMER COCHE CONECTADO

El primer coche conectado de Huawei y PSA. Éste fue uno de los principales anuncios que ha realizado la firma china durante la celebración de Hannover Messe 2018.

Durante la presentación, Leon He, responsable de la unidad Industry Business en Huawei, destacó que “la digitalización avanza cada vez más rápidamente y la industria de los automóviles está inmerso en ese proceso de transformación”. Este ha sido uno de los principales motivos por los que Huawei se ha aliado a Groupe PSA, alianza que ha

tenido como resultado “el lanzamiento de nuestro primer vehículo conectado”.

En este sentido, Leon He recordó que “el futuro es móvil”, lo que “nos ha llevado a invertir en el desarrollo de este coche”. Denominado Crossback, el vehículo utiliza la plataforma CVMP (Connected Vehicle Modular Platform) de Groupe PSA, la plataforma Ocean-Connected IoT y los servicios cloud de Huawei. “Con esta tecnología ofrecemos a nuestros clientes nuevos servicios conectados que, sin duda, les

¿Te avisamos del próximo IT User?



ayudarán en la conducción”, tales como navegación online, reconocimiento de voz, información de tráfico en tiempo real, información sobre el mantenimiento del coche o un portal de servicios conectados situado en el salpicadero del coche.

Tal y como explicó Leon He, la intención de la firma es añadir nuevas prestaciones de forma continua, tanto para particulares como para la gestión de flotas. Entre estos servicios se incluyen



HANNOVER MESSE 2018 DE UN VISTAZO

las actualizaciones de software, servicios de entretenimiento e información de viaje, cartografía de navegación a distancia, un asistente personal, funciones de diagnóstico y de mantenimiento a distancia y otras funcionalidades “que pueden ser muy útiles para empresas de alquiler, gestores de flotas y operadores de carsharing”.

Jean Leflour, vicepresidente sénior del departamento Connected Vehicle & Services Architecture Strategy, de Groupe PSA, aseguró que su compañía se centra en “el desarrollo de soluciones inteligentes. Disponemos de un plan estratégico de digitalización para convertirnos en un proveedor de soluciones móviles. La alianza con Huawei “nos permite mejorar nuestra oferta de servicios y facilitar la movilidad de nuestros clientes”.

Leflour también hizo referencia a una de las preocupaciones actuales: la seguridad y la privacidad de los datos, asegurando que “garantizamos la protección de los datos y cumplimos con GDPR”.

El primer vehículo conectado de Huawei y PSA es una muestra de que “la clave de una transformación digital de éxito para los fabricantes de coches pasa por crear una plataforma digital en la



nube”, que permita que todos los jugadores de este segmento (además de los fabricantes de coches, los desarrolladores o los creadores de aplicaciones, además de las empresas de TI) puedan ofrecer soluciones completas y seguras.

ACUERDO CON TELEFÓNICA...

Además de la presentación de su primer coche conectado, Huawei ha desgranado en qué consis-

te su alianza con Telefónica que tiene el fin de acelerar la Transformación Digital de un aeropuerto como es el de Munich.

¿De qué forma? A través de la realización de “una prueba de concepto” de POC, un medido inteligente que está basado en NB-IoT. A grandes rasgos, y gracias al uso de EnergyCam, una cámara desarrollada por Q-Cloud que permite registrar lecturas de medidores tradicionales,



OPORTUNIDADES DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN ESPAÑA

Accenture Strategy y Mobile World Capital Barcelona han alineado sus conocimientos y esfuerzos para desarrollar este estudio con dos objetivos: determinar el impacto de la aceleración de la Transformación Digital en España y crear conciencia de la urgente necesidad de esta aceleración entre todos los actores involucrados.



analizar imágenes y transferir datos de forma digital a través de la red NB-IoT de Telefónica a la plataforma OceanConnect IoT de Huawei, se consigue ganar en eficiencia.

“Con este acuerdo permitimos al departamento de TI del aeropuerto acceder de una forma más rápida a todos los datos del medidor para que se pueda realizar un análisis más rápido”.

...Y CON OTRAS ORGANIZACIONES

Durante Hannover Messe 2018 Huawei también mostró avances en otras áreas, como el de los ascensores inteligentes o la fabricación industrial. “Trabajamos con organizaciones de todo el mundo”, entre las que se encuentran All, Avnu Alliance, Edge Computing Consortium

(ECC) y Fraunhofer Fokus, “y con empresas de renombre” como pueden ser Schneider Electric, HollySys, National Instruments Corporation (NI), B & R Automation, TTEch y Sprient Communications, “para mejorar los procesos de diferentes sectores y mercados industriales”. Esto se consigue gracias al uso de Nuevas Tecnologías “como el mantenimiento predictivo, el análisis de datos, el aprendizaje automático y la Inteligencia Artificial”.

Según los responsables de la firma, estas alianzas, y las soluciones que se han creado como fruto de las mismas, “han ayudado a más de 1.000 empresas industriales de todo el mundo a mejorar su eficiencia en los procesos de producción”. ■

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre Hannover Messe 2018](#)



[¿Qué es la Industria 4.0? Informe de Deloitte](#)



[La Transformación Digital de la industria española](#)



[La revolución 4.0 implica una mayor aportación de la industria al PIB español](#)

España, país prioritario para Huawei para el despliegue de 5G

Huawei 5G Truck Road Show 2018 es un centro de demostraciones tecnológicas 5G que va a recorrer cuarenta ciudades en diez países europeos a lo largo de los próximos meses, dentro de la campaña 5G is Now, que el fabricante ha puesto en marcha en Europa Occidental.

La idea que tiene la compañía con esta iniciativa es dar a conocer qué es 5G y su impacto en la sociedad y en la economía, porque para que

5G se convierta en una realidad transformadora de la economía de los próximos años, es necesario que la tecnología esté disponible, y en los próximos meses está prevista la aprobación de una segunda fase del estándar; que los productos estén disponibles, y Huawei ya cuenta con una gama completa de extremo a extremo que ha ido dando a conocer en los últimos meses; y que los operadores empiecen a ver los be-

neficios de la tecnología como paso previo a su despliegue.

Tal y como ha señalado Tony Jin Yong, CEO de Huawei España, “somos la única compañía en ofrecer productos y soluciones 5G de extremo a extremo. En 2017, hemos destinado 600 millones de dólares en I+D para el desarrollo de 5G y estimamos que esta inversión alcance los 800 millones de dólares en 2018”, como muestra del com-

promiso de Huawei, un compromiso que alcanza también al ecosistema, porque, como añadía, “colaboramos con más de 280 partners en todo el mundo para desarrollar un ecosistema sólido, con el objetivo de construir un mundo inteligente y totalmente conectado”.

Asimismo, este responsable señalaba que España es un país prioritario para la compañía en lo que a desarrollo y despliegue de 5G se refiere.

La documentación TIC, a un solo clic

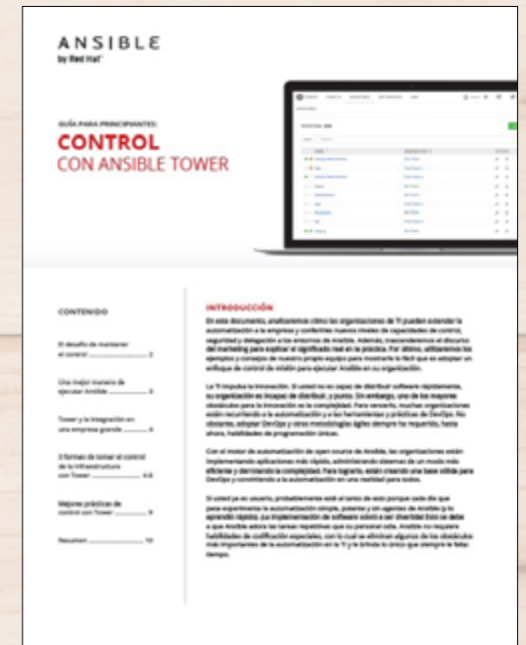


Software de gestión empresarial en cloud

El papel del ERP ha pasado de pertenecer a la parte puramente administrativa de la empresa a integrarse en todos los departamentos y ser clave en los procesos de negocio.

Guía para principiantes: Ansible Tower by Red Hat

Conoce en esta guía el motor de automatización open source de Ansible, que permite a las organizaciones implementar aplicaciones más rápido, administrando sistemas de un modo más eficiente y derrotando la complejidad.



Principales retos que los CIO están afrontando en un mundo cloud nativo

Basado en una encuesta global a 800 CIO, este informe examina los desafíos que enfrentan las organizaciones cuando trabajan en ecosistemas complejos que tienen a la nube como punto central.

Operaciones cognitivas: inteligencia artificial para la gestión de operaciones de IT

Los profesionales de infraestructura y operaciones están continuamente optimizando la tecnología de back-end y de negocios para que sus equipos puedan predecir problemas. El mercado está lleno de proveedores que ofrecen soluciones con capacidades predictivas para ayudar con esta transformación; este informe de Forrester dice a estos profesionales qué hay y qué esperar.



Nuevas tecnologías para el **Centro de Datos** moderno

Gartner estima que en 2020 habrá más de 20.400 millones de dispositivos conectados en todo el mundo, por lo que las necesidades de computación derivadas de IoT se elevarán en el centro de datos. IDC añade que el 65% de los activos de TI de las empresas actuales residirán en data centers fuera de las instalaciones de la empresa, mientras que un tercio del personal TI serán empleados de proveedores Cloud. El Centro de Datos está cambiando y necesita nuevas propuestas.

Estamos asistiendo a la demanda de entornos cada vez más abiertos y flexibles, que permitan responder rápidamente a las necesidades del negocio. El centro de datos es, hoy más que nunca, un habilitador y debe apostar por propuestas tecnológicas que le faciliten ser ese papel. La sesión Nuevas tecnologías para el Centro de Datos moderno, de IT Televisión, contó con la participación de portavoces de VMware, HPE, Red Hat, Veeam, D-Link y Walhalla, quienes aportaron las capacidades clave que hoy en día los administradores de TI y responsables de Centros de Datos deben tener en cuenta para construir un CPD que cubra las necesidades actuales y futuras de esa pieza clave del negocio.

LA APUESTA POR EL SOFTWARE Y LOS ENTORNOS HÍBRIDOS

Una de las principales evoluciones que se han producido en el centro de datos ha sido su gestión me-



**PINCHA PARA ACCEDER AL IT WEBINAR:
NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL CENTRO DE DATOS MODERNO**

diante software. El centro de datos definidos por software es el modelo por el que se apuesta hoy en día porque da respuesta a las necesidades que manifiestan los clientes. Así, desde VMware, Jesús Fernández, arquitecto de soluciones, explica que un centro de datos moderno es que “tiene que dar respuesta a tres capas: los dispositivos, las aplicaciones y las clouds. El objetivo de un centro de datos es dar servicio a los usuarios, sin importar el dispositivo. El usuario necesita acceso a las aplicaciones, y las apps a las que tenemos que dar acceso son bien las tradicionales bases de datos o portales, u otras más modernas cloud nativas o basadas en microservicios o contenedores, o al software como servicio. Para ello, planteamos una arquitectura cross-cloud, que permite definir de manera consistente una plataforma tanto en la nube privada como en la pública, de forma que cualquier aplicativo que un usuario pueda desplegar en su nube privada, se despliegue de la misma forma, con las mismas herramientas de gestión, en la nube pública. De esta manera, creamos una nube híbrida verdadera, en la que podamos mover cargas con total libertad”.

Más del 90% de los CEO consultados por Red Hat afirma que está haciendo cambios significativos en el uso que hace de la tecnología, principalmente dirigidos hacia la adopción de arquitecturas de próxima generación, plataformas de cloud nativas y metodologías DevOps y cambios culturales. Sin embargo, la mayor parte del gasto de TI se está destinando a optimizar las TI existentes (70%). Ante esta situación, “lo que hay que buscar es el equilibrio”, como explicó Ana Rocha de



Oliveira, directora de desarrollo de negocio cloud de Red Hat Iberia. “Las aplicaciones modernas ya no pueden correr en las infraestructuras anteriores, tienen que correr sobre otras tecnologías que les permitan innovar y ser competitivos. Para ello, la propuesta es una cloud híbrida abierta, donde se pueda estandarizar y automatizar”. En opinión de Rocha, “aún hay un mundo tradicional muy potente, con grandes silos que, si no se estandarizan, no se podrán automatizar después. Estos son los pasos previos para gobernar y orquestar los entornos. Los clientes deben identificar por qué áreas empezar. Hay que iniciarse con pasos pequeños”. Asimismo, apuntó la opción de la arquitectura híbrida por motivos de seguridad, “donde se pueda optimizar para tener el control y minimizar el impacto de la seguridad”.

En esa definición que los administradores de TI están haciendo de sus centros neurálgicos, existe una realidad líquida entre el centro de datos y la nube, que hace que cada vez sea más difícil distinguir qué es cada cosa, tal y como apuntó José Luis Montes, vicepresidente de desarrollo de negocio de Walhalla: “el data center deja de ser un lugar físico, es un conjunto de recursos accesibles que permiten, de una forma segura y conectada, almacenar y procesar. Y en este punto es donde



Jesús Fernández, arquitecto de soluciones de VMware, habló sobre las aportaciones de Cloud Foundation para el SDDC



Fran Yáñez, consultor de tecnología en Hewlett Packard Enterprise, explicó las posibilidades que permite la Infraestructura Componible

nace el concepto del data center virtual definido por software y utilizado como servicio". En este contexto, y aunque los datos de las consultoras apuntan a una preponderancia de la cloud, "la gente aún no lo tiene claro, quiere tener la mayor capacidad de proceso cerca. Del 75% de cargas que se van a ir a la nube, más de la mitad será en nubes privadas. Y una parte importante de gente que llevó cargas de trabajo de data centers a nubes públicas han vuelto a traerlos a sus infraestructuras tradicionales. La razón es que en más de la mitad de los casos (51%, según Gartner) se han encontrado con que no estaban controlando los datos. Además, están teniendo problemas con la predictibilidad de las facturas". En este sentido, Montes apuntó que "los analistas aconsejan que se piense en modo arquitectura híbrida, todo definido por software, pago por uso y multicloud. Una de las ventajas de la nube es que evolutivamente se puede adaptar a tus necesidades. Lo ideal es tener todo el cumplimiento, la seguridad, la no latencia en las comunicaciones... todas las ventajas del CPD propio, controlado, pero con las ventajas de la elasticidad y el pago por uso de la nube pública".

INFRAESTRUCTURA FLEXIBLE

También sobre ese deseo de encontrar la mezcla correcta habló Fran Yáñez, consultor de tecnología de Hewlett Packard Enterprise, en su tiempo del webinar. "La TI híbrida es más que encontrar la nube ideal, es encontrar una mezcla correcta entre un montón de opciones: cuánto tiene que irse a la infraestructura tradicional, cuánto a la de nue-



Ana Rocha de Oliveira, directora de desarrollo de negocio cloud de Red Hat Iberia, señaló las oportunidades que aporta una cloud híbrida abierta



Alexis de Pablo, ingeniero de sistemas de Veeam Software, desgranó las funcionalidades que aporta Veeam Availability Suite para garantizar la disponibilidad

va generación; cuánto ponemos en virtualización y cuánto en bare metal. No hay soluciones que valgan para todo. Muchos clientes van a la cloud pública porque encuentran versatilidad para todas esas cargas de trabajo. Pero esas opciones de cloud pública son difícilmente aplicables a la nube privada. Los cloud providers tienen grandes eficiencias operacionales, tanto en software como en la infraestructura, pero llevar eso a un data center es complicado, es difícil que cada uno se pudiera hacer sus propios servidores para cada carga de trabajo. El data center del futuro tiene que ser capaz de trabajar con las cargas de trabajo de hoy y del futuro, que no sabemos cuáles serán. Tienen que ser capaces de adaptarse a las demandas según se produzcan". En este sentido, la propuesta es una infraestructura componible basada en el principio de los pools de recursos. "Se trata de pools desagregados de almacenamiento, software, recursos, que se pueda componer por la inteligencia del software en el momento en el que vaya a consumirlo. Y que lo llamen de forma nativa cuando lo necesito. Su consumo tiene que asemejarse al de una cloud".

DISPONIBILIDAD Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

La transformación digital ha traído a las organizaciones una nueva realidad en la que "hay una mayor cantidad de información y una mayor necesidad de disponer de esa información online", explicó Alexis de Pablos, ingeniero de sistemas de Veeam Software. En este sentido, aportó que el "27% de los servidores experimentan paradas a lo

largo del año y que hay una media de 85 minutos de paradas no planificadas. Pese a la dependencia digital que los negocios tienen de estos sistemas, aún todavía hay mucho personal de negocio no tiene en cuenta el impacto que está parada tiene en el negocio, con consecuencias de reputación, costes financieros, sanciones legales o confianza de los empleados y clientes”.

Ante esta situación, “conseguir la disponibilidad es crítico para cualquier iniciativa de transformación digital, pero difícil. Supone un coste elevado, backups lentos, recuperaciones lentas, gestión compleja. El propósito debe ser conseguir esa disponibilidad en todas las plataformas (física, virtual, alojada en cloud o cloud pura), y la propuesta pasa por backups eficientes en cualquier plataforma y recuperación rápida en caso de una caída de servicios inesperada. Sin embargo, la recuperación proactiva, antes de que la caída del servicio afecte al usuario, es mejor. El objetivo debe ser mitigar la pérdida de datos, mantener la disponibilidad y agilizar la gestión”.

EL DOMINIO DE 10 GB ETHERNET

A nivel de conectividad, desde D-Link, Antonio Navarro, country manager de la compañía en España, mencionó los siguientes requisitos para un CPD: “fiabilidad, alta redundancia, tolerancia a fallos, flexibilidad para los cambios, redundancia, gestión y seguridad, y optimización energética”. Asimismo, señaló que “el Gigabit tiende a ser dominado por los 10 Gigabit Ethernet, pero que vendrá acompañado por otras tecnologías que irán cogiendo más peso, como 25 GbE, hasta 100



Gigabit Ethernet. En la pyme hablaríamos de más preponderancia del Gigabit Ethernet, pero la aparición de los 10 gigas que se están convirtiendo en una realidad”.

Entre las tecnologías que permiten aportar a este tipo de organizaciones dichas capacidades se encuentra la apilabilidad física o stacking, “que permite entender un conjunto de equipos como una única entidad lógica y físicas. Además, existen en el mercado conectores Direct Attach que facilitan ese stacking hasta 40 GB. Incluso se puede llegar a apilar hasta 460 GB para cubrir las necesidades de los proyectos de empresas más exigentes”. Por otra parte, el spanning tree facilita la redundancia física de enlaces, contribuyendo a la resiliencia de los CPD, o diferentes técnicas para la reducción del consumo energético favorecen un ahorro de energía de hasta el 80%. ■

Accede al IT Webinar **Nuevas tecnologías para el Centro de Datos moderno** para conocer otras conclusiones y las propuestas de cada uno de los ponentes para crear un data center adaptado a las necesidades actuales y futuras del negocio. En la pestaña de documentos tienes disponibles las presentaciones y otros whitepapers relacionados con la temática.



Antonio Navarro, country manager de D-Link Iberia, detalló las capacidades de conmutación y conectividad de los switches D-Link de 10GbE



José Luis Montes, vicepresidente de desarrollo de negocio de Walhalla, abordó la línea líquida que separa el datacenter de la nube y expuso las capacidades de la nube privada en pago por uso

Estrategia y Negocio
Equipos directivos de Alto Rendimiento
Transformación Cultural

con



psicobusiness

www.yesmanagement.es
hablamos@yesmanagement.es

yes.
¡hagámoslo realidad!

Protección de Datos **ante** **los nuevos retos empresariales**

El 82% de las organizaciones no están preparadas para los futuros retos del negocio, entre los que se encuentra la protección de unos datos cuyos volúmenes crecen exponencialmente. Además, ahora más que nunca, las empresas están obligadas a cumplir con nuevas normativas, como GDPR, para la protección de la información, mientras que sus TI evolucionan hacia entornos en modo servicio, donde la nube juega un papel importante. ¿Cómo abordar una correcta estrategia de protección de datos?

Uno de los desafíos más importantes para las organizaciones es que los centros de datos, tradicionalmente situados en una única localización física, están cambiando debido a la explosión de información. Todo esto ha llevado a un panorama donde existen centros de datos distribuidos, el equivalente a múltiples Data Center, en los cuales cada aplicación en sí podría estar en un Data Center independiente. Esto hace que, a las organizaciones y los administradores de sistemas, les resulte complicado conocer dónde están esos datos y cómo protegerlos adecuadamente.

Solo una de cada cuatro organizaciones tiene un enfoque global único para proteger los datos, según datos de IDC. El resto, protegen de forma diferente según tengan un entorno



virtual, físico o cloud. En la mayoría de los casos, la información es compartida entre todas estas aplicaciones, y no existe una única visión a nivel servicio para gestionar esa única información. La protección fragmentada provoca huecos al no existir una visión global.

Para resolverlo, se debe transformar la protección de esta información, tal y como indica Jesús Velasco de Diego, Senior Account Manager, Data Protection Solutions de Dell EMC, en el IT Webinars titulado [Protección de Datos ante los nuevos retos empresariales: evolución y soluciones](#): “el proceso pasa por identificar las aplicaciones que hay que proteger y dónde está el dato, para, con ello, aplicar la protección más apropiada. En este entorno se identifican dos tipos de aplicaciones, las más tradicionales, basadas en entornos de bases de datos y ficheros, y las aplicaciones de nueva generación, con entorno de Cloud y Big Data, cada una de ellas con necesidades de protección diferentes. Esto pasa por modernizar la protección de las antiguas aplicaciones y estandarizar la forma en que se protege el acceso al dato, para evolucionar esta protección y, en la medida de lo posible, automatizarla”.

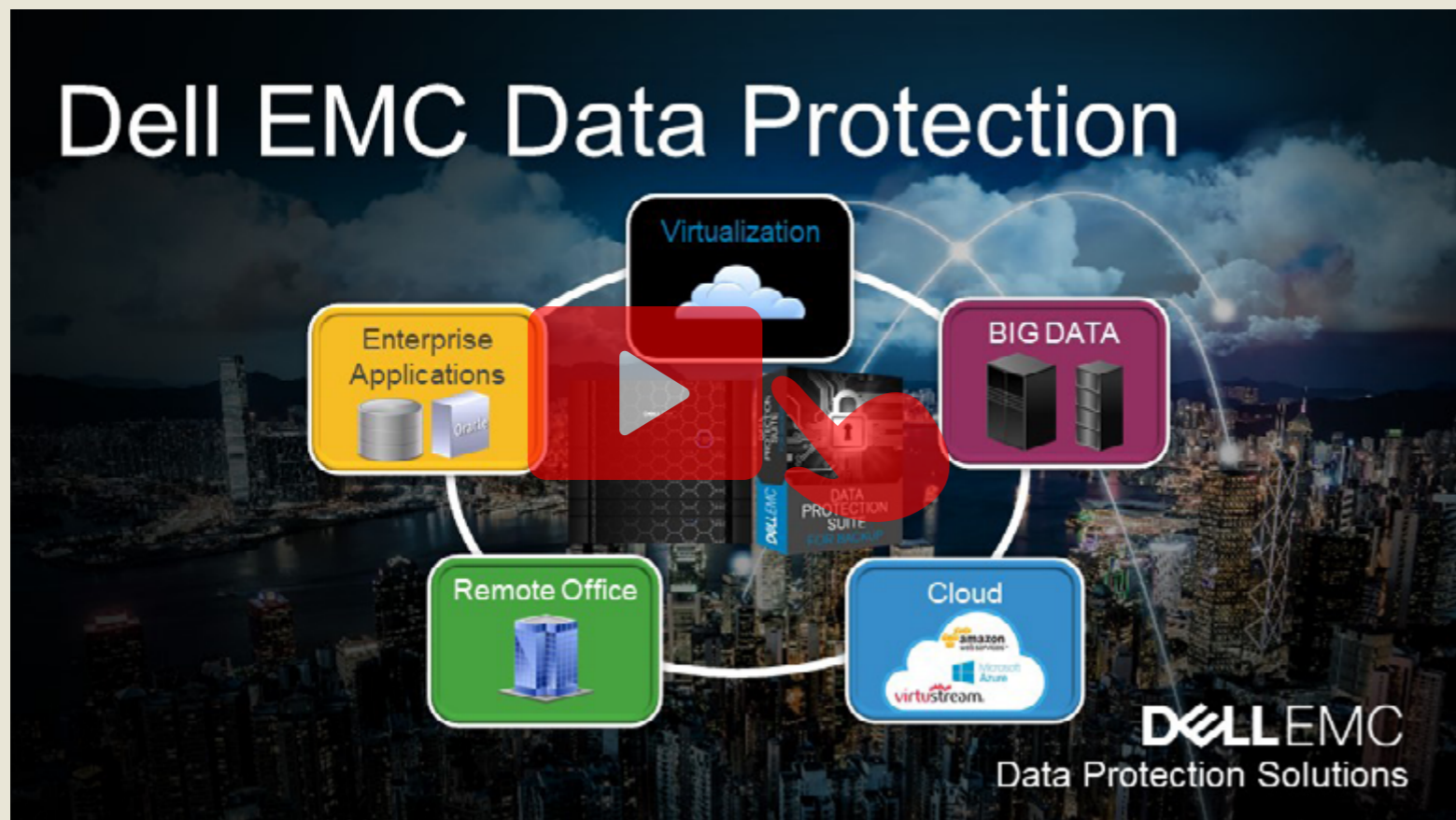
Para ello, primero hay que definir los pilares de la protección de datos, lo que Dell EMC denomina Protection Storage, donde se recogerán todos los datos a salvaguardar. Esta capa puede estar formada por elementos de un centro de datos convencional, protegido a través de un appliance, almacenamiento definido por software, hiperconvergente o datos en la nube, siendo gestionada la protección por la misma herra-



“Hay que modernizar la protección de las antiguas aplicaciones y estandarizar la forma en que se protege el acceso al dato, para evolucionar esta protección y, en la medida de lo posible, automatizarla”

mienta, las mismas funcionalidades y el mismo nivel de servicio. A lo que se une la posibilidad de mover datos de un entorno a otro con el mismo nivel de seguridad; una transición que facilita la modernización de las estructuras de datos, sin perder control o seguridad sobre los mismos.

Así, en los tradicionales sistemas de backup hay catálogos, políticas y control de información que en los nuevos sistemas ha evolucionado, ya que la protección no depende de los administradores, sino de los aplicativos, donde a la vez que se define el servicio se define la protección. Y



Protection Storage de Dell EMC se basa en la infraestructura de datos Data Domain, un repositorio de almacenamiento optimizado, con deduplicación, que facilita a los clientes eficiencia a la hora de salvaguardar el dato

todo ello de forma automatizada, y autónoma, ya que el propio mecanismo crea los catálogos, para evitar que alguna información o fichero escape al control.

El consumo de este tipo de soluciones se produce en formato servicio, de manera que son los propios usuarios quienes lo gestionan, de forma continua, sin tener que involucrar a los administradores. La clave de la gestión no sólo es la automatización, sino también la centralización, que se aplica



tanto a la parte tradicional como a los nuevos entornos, ya sea proveniente de un data center o de la nube, de manera que se tenga una gran visibilidad de los datos. Protection Storage de Dell EMC se basa en la infraestructura de datos Data Domain, un repositorio de almacenamiento optimizado, con deduplicación, que facilita a los clientes eficiencia a la hora de salvaguardar el dato. Sobre esto hay una capa de software que está integrada con las aplicaciones y que resulta independiente

de la automatización cuando se va a IT Services, lo que simplifica aún más la gestión.

Las bases de datos y aplicaciones tradicionales se mueven de forma transparente a los repositorios Data Domain de Dell EMC, donde, además, reciben el impulso del ecosistema DD-Boost (Data Domain Boost), que agiliza los backups al doble y reduce el uso de recursos en un 99%. Esto se aplica a entornos Oracle, SAP, SAP HANA, SQL Server, Exchange, IBM DB2, MongoDB, o a los de nueva generación, como HortonWorks o Cloudera, que se integran todas ellas de forma nativa en Data Domain, junto a un amplio número de las aplicaciones más populares del mercado.

Los entornos virtualizados son una manera eficiente de consumir recursos. Y en este campo, el fabricante también es compatible con las principales soluciones del mercado, como VMware o Hyper-V, así como con el entorno

OpenStack. En el caso de VMware, “hay una integración completa, rodeada de múltiples detalles, como la gestión optimizada de los proxys y balanceo de carga, optimización de la gestión de los VMDK, de los Changed Block Tracking (gestión de backup incremental), soporte de los VADP (vStorage API for Data Protection) y recuperación de imagen instantánea en un paso, con acceso a los datos mientras se repone una situación de emergencia, entre otras”, explica Velasco en la sesión online.



Otro de los niveles es el de protección como servicio. Al definir una máquina virtual también se define cómo es la protección, incluyendo tanto el control de acceso a los datos como la definición de backups, qué componentes, qué repositorios, etc. “Lo que se trata es que las organizaciones de IT sean capaces de proteger los datos, independientemente de dónde estén, pero que, además, proporcione las herramientas a los propios usuarios finales para que sean capaces de consumir esos datos de forma protegida”, apunta el experto de Dell EMC. En otros entornos, como Hyper-V u OpenStack, la funcionalidad es similar, con protección a nivel imagen o ficheros, backup incremental, etc: “al final lo que se trata es que, en función de las preferencias del mercado, del cliente, seamos capaces de integrarnos”.




En cuanto a la nube, “nosotros no identificamos la nube como un destino, sino como una opción para desplegar un servicio. Cuando las organizaciones deciden dar el paso a la nube, identifican dos tipos de caso de uso: disaster recovery y el de externalización de backup. Gracias al sistema Protection Storage, sus mecanismos de deduplicación, compresión y cifrado, se aplican a estos datos, ya sea sobre sistemas tipo S3, como los propios VirtuStream de Dell EMC, Amazon o Azure, así como de otro tipo. Y esto es aplicable tanto a servidores internos o externos. Así se logra que, pasado el periodo de retención de datos definido por la organización, se conserve una copia sin necesidad de que estos ocupen sitio en los data center o en el repositorio activo. Y así economizar en costes de



mantenimiento, liberando recursos y gestión de los archivos, sin por ello perder los datos. Y, lo más importante es que se gestiona desde el propio aplicativo”, con lo cual se conoce en cada momento dónde está el dato. Otro tanto se aplica a la copia de Disaster Recovery, con la facilidad de lograr una tercera copia, en un repositorio eficiente en coste, para replicar ese tipo de objetos, que también puede servir para crear un entorno de test sin perder ni eficiencia en coste ni en seguridad o complejidad de administración. Y con las mismas herramientas de gestión que existen para el data center.

Puedes ver esta sesión completa en este [enlace](#). ■

MÁS INFORMACIÓN

-  [Protección de Datos ante los nuevos retos empresariales: evolución y soluciones](#)
-  [Arquitectura de protección de datos Dell EMC para entornos VMware](#)
-  [Dell EMC Data Domain para Oracle Recovery Manager](#)

Discover
the New

Una nueva dimensión para la tecnología



La agilidad y la toma de decisiones basada en datos son dos requisitos de los negocios actuales. ¡Descubre en este nuevo Centro de Recursos cuál es el nuevo estilo de tecnología!

Patrocinado por 



Las aplicaciones en la Transformación Digital



ORACLE®

LA NUBE, PRINCIPAL PLATAFORMA SOBRE LA QUE EDIFICAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Las aplicaciones en la Transformación Digital

Si hay dos palabras que definen la realidad de las empresas actualmente son cambio y tecnología. Pero no se trata de términos aislados, sino de una consecuencia lógica de la aplicación de la segunda. Es decir, la tecnología es el motor del cambio en los negocios y, además, es la base para la transformación del modelo económico y productivo de las empresas en la Economía Digital, un efecto transformador que amenaza con dejar fuera de la partida a todos aquellos jugadores que no sean lo suficientemente ágiles como para subirse al carro del cambio.

La tecnología se ha situado en el centro de la estrategia de todas las empresas. De hecho, todas aquellas que no incorporen la tecnología como elemento crítico de su plan de negocios, corren riesgos de pasar a ser irrelevantes en el mercado. Sería interminable una lista de las tecnologías que están generando efectos positivos en las empresas y en sus modelos de negocio; tecnolo-



“HAY QUE DAR UN MENSAJE COHERENTE Y APROPIADO A CADA UNO DE NUESTROS PÚBLICOS”

gías clave como Big Data, Cloud Computing, Movilidad, Seguridad, Inteligencia Artificial, Machine Learning... pero hay tres áreas esenciales en las que toda empresa debe fijarse sin dilación e incorporarlas a sus estrategias de transformación digital, y son en las que queremos fijarnos en estas páginas. Son aquellas áreas que están, realmente, más cerca de los usuarios de las empresas, que no debemos olvidar que ya no son solo los trabajadores o los directivos de las mismas, sino también los clientes y, en algunos casos, incluso los proveedores y los socios comerciales.

UN BUEN MOMENTO PARA LA TRANSFORMACIÓN

La integración de la tecnología en los procesos productivos de las compañías genera importantes cambios, tanto de conocimiento como de forma de hacer las cosas, que genera significativos beneficios para las compañías, un paso adelante que no se ha podido dar en ocasiones anteriores por una cuestión de costes.

Pues bien, la buena noticia para las empresas es que los costes de entrada se han rebajado considerablemente gracias a la nube. Es muy factible iniciar proyectos desde una escala modesta y hacerlos crecer con el tiempo, de acuerdo con las necesidades reales de cada empresa. Los modelos de pago por consumo y suscripciones mensuales abren la puerta de entrada a cualquier empresa a un nivel de

tecnología impensable hace no muchos años, y con una flexibilidad y escalabilidad que se ajustan a las necesidades de cada momento, desde los meses con más necesidad de tecnología, por picos de trabajo puntuales, hasta aquellos momentos en que cualquier amortización de una compra sería un inconveniente porque la demanda no lo exige,

Otra buena noticia es que, al contratar aplicaciones como servicios en la nube, los clientes se pueden beneficiar de la incorporación



TRANSFORMACIÓN DIGITAL: EL CASO DE UNIDAD EDITORIAL

MÁS INFORMACIÓN



Barceló Hotels & Resorts agiliza y optimiza la atención al cliente de todo el mundo



La implementación de Service Cloud de Oracle ofrece a los responsables de Barceló Hotels & Resorts “una ventaja competitiva al proporcionar atención al cliente relevante, personalizada y rápida, a través de múltiples canales, incluyendo online, móvil y redes sociales. Y representa un paso importantísimo en nuestra labor continua de mejora de la experiencia del cliente. Hemos conseguido tener más visibilidad de las necesidades del cliente digital a fin de identificar mejoras, crear nuevos contenidos

y poder dar respuesta inmediata a sus consultas. También hemos conseguido optimizar, homogeneizar, agilizar, monitorizar y rentabilizar la atención al cliente, facilitada por nuestra plataforma mundial de Contact Centers”. Los objetivos de la firma eran aumentar la eficiencia de atención al cliente y de las reservas online mediante la implementación de una plataforma de CRM que centraliza las comunicaciones con los clientes, asegurando una

voz unificada, respuestas más rápidas, y compromiso y lealtad con el cliente, y satisfacer la demanda de los clientes para la atención inmediata a través de múltiples canales, incluyendo online, móvil y redes sociales, mediante la implementación de nuevas características tales como una sección de autoservicio, chat, y servicio de devolución de llamadas.

MÁS INFORMACIÓN



de las más avanzadas tecnologías. Es decir, nos olvidamos de grandes actualizaciones anuales de aplicativos que había que ir instalando puesto por puesto, lo que generaba un tiempo de trabajo del departamento TI que no se dedicaba al negocio, además de suponer cierto freno o incomodidad de los usuarios. Con las actualizaciones constantes que acompañan la contratación de aplicaciones como servicio, el usuario sabe que en cada momento cuenta con la versión más actualizada de la herramienta que está utilizando, sin necesidad de que un técnico in-situ le vaya parcheando las aplicaciones o instalando las últimas funcionalidades.

En este caso, destaca la aproximación de Oracle a la Inteligencia Artificial, que se incorpora como un elemento más de sus apli-



VODAFONE DIGITAL FIELD ENGINEER: CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

caciones en la nube, de sus aplicaciones en la nube. Es decir, no es adquirible como un producto independiente, sino que es parte de un servicio.

LAS VENTAJAS DEL CONSUMO DE TECNOLOGÍA COMO SERVICIO SOBRE LA NUBE

En cualquier caso, hasta este momento hemos mencionado algunas ventajas que están asociadas al consumo de tecnología en la nube, si bien no son las únicas. En el caso de la nube de Oracle, ofrece ventajas adicionales tales como la integración, porque todas las aplicaciones pueden trabajar sobre los mismos servicios de infraestructura y la misma plataforma, compartiendo una serie de elementos críticos y comunes a todas ellas, como es el caso de los servicios de seguridad y la gestión de sistemas; compatibilidad, porque al tratarse de una nube abierta, es compatible con todas las aplicaciones y con sistemas de otros proveedores; compatibilidad con sistemas hí-

Securitas Direct optimiza las visitas a sus clientes y la gestión y productividad de su fuerza de campo con tecnología Oracle



Securitas Direct ha renovado sus sistemas de la mano de Oracle, con el fin de adoptar una solución tecnológica capaz de acelerar el tiempo de respuesta a sus clientes, optimizando la gestión y productividad de sus técnicos de campo. La compañía confiaba en mejorar la experiencia de sus clientes

incrementando la eficiencia de sus procesos, elevando la productividad de su plantilla y reduciendo el time to market. Como primer paso, sincronizó su herramienta interna de gestión de operaciones con un nuevo software en la nube (SaaS). Con la incorporación de la tecnología de Oracle, la compañía de seguridad

ha integrado tecnología, personas y conocimiento de cara a ofrecer una mejor protección de sus clientes en todo el mundo. La información proporcionada por Oracle Field Service Cloud permite predecir el comportamiento diario de la fuerza de trabajo basándose en algoritmos propios, organizar las rutas de servicio

y gestionar de manera proactiva cualquier incidencia en campo para dar así un óptimo nivel de servicio a los clientes de Securitas Direct.

MÁS INFORMACIÓN



bridos u on premise, lo que favorece la gestión de las aplicaciones en entornos complejos; y, como ya hemos mencionado anteriormente, la aplicación de la última tecnología, como es el caso de la Inteligencia Artificial.

En este repaso por las ventajas de la transformación que la tecnología provoca en las empresas y en sus modelos de negocio, no podemos olvidarnos de un factor clave en todo proceso de cambio y, en muchos casos, uno de los más reacios a él: las personas.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y PERSONAS

Recientemente, Fernando Rumbero, director de aplicaciones de Oracle, comentaba que la Transformación Digital “afecta a las personas, y hay tres grupos de personas que son críticos: los clientes, porque alrededor suyo diseñamos nuestros productos y servicios;

los empleados, porque sin su conocimiento y compromiso con nuestro proyecto es muy difícil que podamos tener éxito; y los propios responsables de la transformación, los directivos de las compañías, que son los que tienen que entender este proceso, determinar los elementos a cambiar, los ejes a transformar, y cómo todo esto se tiene que implementar en la compañía”.

Cada uno de estos perfiles implica una serie de retos. En este sentido, Fernando Rumbero explicaba que, cuando pensamos en los clientes, “el paradigma que define la relación ha cambiado mucho. Hace años, las empresas decidían qué productos ofrecer y cómo hacerlo, mientras que ahora son los propios clientes los que tienen la decisión de qué, cuándo y cómo quieren comprar, y nosotros tenemos que anticiparnos a sus necesidades,

ofreciéndoles un servicio completo y consistente, independientemente de cuál sea el canal, ya sea Internet, el móvil, los puntos de venta... y tenemos que ofrecerles una experiencia consistente y de mucha calidad. Ahora el comprador no se conforma con cualquier cosa, son muy exigentes, están muy informados y están siempre conectados, lo que obliga a subir mucho el nivel de calidad de los productos y servicios que les vamos a ofrecer. Por tanto, necesitamos las herramientas y los productos necesarios para garantizar una buena atención comercial, una política de marketing adecuada a través de todos los medios que no sea intrusiva, pero sí específica y personalizada. Tenemos que estar a la altura de las expectativas del cliente cuando ha decidido comprarnos algo, con un servicio excelente, y tenemos que poner



Prosegur
líder mundial en el sector de seguridad privada
decide innovar en
Transformación Digital y Customer Experience

ANTONIO BALLESTEROS DELGADO
GLOBAL IT DIRECTOR, PROSEGUR ALARMS

ORACLE SERVICE CLOUD AYUDA A LA TRANSFORMACIÓN DE PROSEGUR



en valor su experiencia en las redes sociales. Hay que ser capaces de provocar que el cliente quiera compartir una buena experiencia y, si no fuera el caso, saber reaccionar con rapidez cuando un cliente cree que no le estamos ofreciendo un servicio a la altura del que ellos esperan”.

Respecto a los empleados, continúa, “todos hemos visto el efecto de un empleado que no está contento o satisfecho, cuando cree que su compañía no le trata de forma adecuada o que no valora su capacidad y sus habilidades. Por eso es muy importante, un reto para las compañías asegurar que el empleado está perfectamente ‘utilizado’, que estamos aprovechando todo su potencial, que ponemos en valor su capacidad para ejecutar nuestro proyecto... hay que conseguir que los empleados sean parte de nuestro proyecto y que estén comprometidos y convencidos, deseando llevarlo a cabo. Pero ésta es una labor del día a día, y, para ello, es muy importante, conocer a nuestros empleados, sus expectativas, valorar su potencial y ser capaces de aprovecharlos en los puestos donde pueden aportar más valor. No podemos utilizar los empleados como simple mano de obra, sino que hay que convencerles y explicarles para que se quieran sumar al proyecto de transformación que queremos llevar a cabo”.

Y, por supuesto, los directivos, porque “el proyecto hay que ejecutarlo con las personas que tienen la capacidad de toma de decisiones de la compañía, y esto es un proceso



We needed to improve our system

JOAN FITÓ
CFO
RCD ESPANYOL DE BARCELONA

**ORACLE ERP CLOUD
AYUDA AL RCD ESPANYOL
A GLOBALIZAR SU MARCA**

MÁS INFORMACIÓN

de toma de decisiones que incide en muchos parámetros, por lo que tendremos que dotar a los directivos de las herramientas correspondientes para garantizar la experiencia satisfactoria de los clientes, para gestionar los Recursos Humanos incluyendo la gestión del talento y la obtención del compromiso, y para implementar los procesos adecuados para asegurarnos de que los cambios integrados en la compañía tienen el efecto deseado. Los directivos deben ser conscientes de estos parámetros y deben saber cómo están afectando los cambios a la manera en que entregamos nuestro negocio. En definitiva, herramientas de gestión que les permitan orientar la transformación sobre los parámetros adecuados”.



HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL CAMBIO

Asumir estos retos requiere disponer de herramientas para poder solventarlos y llevar adelante la transformación. “Hace algún tiempo”, explicaba Fernando Rumbero, “las compañías solventaban los problemas de negocio según iban apareciendo y con soluciones parciales, pero esto ya es algo que está superado. El compromiso que tiene Oracle con sus clientes actuales y futuros es, por un lado, darles una solución global capaz de atender todas las necesidades del negocio, las necesidades en estos tres ámbitos. Esta propuesta tiene que garantizar, además, una integración perfecta sobre la instalación existente y un nivel de personalización adecuado. Entregamos aplicaciones listas

La tecnología es el elemento vertebrador de la transformación, y las empresas que no la incorporen como elemento crítico de su plan de negocio, corren riesgos de pasar a ser irrelevantes

para ser usadas, pero también ciertos procesos de integración y ciertas personalizaciones que cada negocio necesita y le hace diferente”.

Hablamos, por tanto, “de una plataforma global de soluciones de negocio en los tres niveles, aplicaciones, software como servicio e infraestructura, pudiendo hacer escalable el negocio con la integración de soluciones de almacenamiento y computación, incorporando siempre las últimas tecnologías: Inteligencia Artificial, Machine Learning o base de datos autónoma”.

APLICATIVOS CONSUMIDOS EN LA NUBE

Pese al acercamiento de algunas empresas al cloud en sus inicios, por precio o por la posibilidad de externalizar un servicio, lo cierto es que la nube es mejor decisión para muchas compañías a la hora de consumir tecnología, porque son soluciones más eficientes, más escalables, más evolucionadas tecnológicamente, más seguras, más ágiles... los negocios se mueven a tal velocidad, que no te puedes para a pensar cómo tienes diseñadas las aplicaciones para responder a tus necesidades actuales y futuras. Lo más eficiente es

incorporar las mejores prácticas, y para eso la nube es fundamental.

Asimismo, la nube permite reducir el riesgo, controlar el ritmo de adopción.

APLICACIONES PARA ÁREAS CRÍTICAS

Como hemos visto, hay tres áreas críticas en toda transformación: la experiencia del cliente, la gestión de los recursos de la empresa y la gestión de las personas.

CUSTOMER EXPERIENCE

Nunca ha sido tan difícil obtener la satisfacción de los clientes. Tienen de todo: dispositivos, canales, información y opciones. También tienen más poder. Pueden cambiar de marca cuando les apetezca. Y si no les gusta algo, lo comentan en las redes sociales. Es más, las expectativas de los clientes son cada vez más altas. Han visto cómo los disruptores digitales proporcionan experiencias de cliente fluidas, conectadas, automatizadas y personalizadas, y esperan que usted les ofrezca lo mismo. Éste es el reto de la experiencia del cliente hoy en día. De hecho, si se actúa con rapidez y se evo-



**SANTANDER TALENT SCORE.
MACHINE LEARNING PARA LA
SELECCIÓN DE PERSONAS**

MÁS INFORMACIÓN



luciona hacia una infraestructura de experiencia del cliente basada en los datos, conectada y flexible, la empresa no solo conservará los clientes que ya tiene, sino que incrementará su cartera en poco tiempo.

En esta área, Oracle ofrece una solución completa que integra las áreas de marketing, ventas y servicio, acompañando al cliente en todo el ciclo de vida y de relación con la empresa.



MÁS INFORMACIÓN



¿Por qué invertir en un servicio de atención al cliente?



Cómo crear experiencias de cliente digitales, conectadas y flexibles

ÁREA FINANCIERA (ERP)

Está surgiendo un modelo operativo ágil de gestión financiera que permite a esta función apoyar mejor los negocios digitales y las nuevas formas de trabajar. La era digital y las turbulentas condiciones del mercado conllevan oportunidades y amenazas para todos los modelos de negocio y ninguna organización es inmune a este fenómeno. Para ser ágiles, las empresas deben estar alertas desde el punto de vista estratégico; deben ser lo suficientemente flexibles para implementar cambios rápidos; deben ser adaptativas en su búsqueda de un mayor rendimiento y valor para el accionista. Los directivos financieros ágiles se están moviendo más rápido que nadie hacia el nuevo modelo operativo para la gestión financiera moderna, apoyando mayores niveles de agilidad y rendimiento empresarial. El nuevo modelo operativo para una gestión financiera moderna desvela los rasgos que caracterizan a los directivos financieros ágiles y las estrategias que se necesitan para construir un modelo operativo financiero moderno, capaz de impulsar la innovación y el éxito en la economía digital.

MÁS INFORMACIÓN

[Hacia un nuevo modelo de finanzas ágiles](#)

ÁREA DE RRHH

Los desafíos de los Recursos Humanos modernos han cambiado. Tenemos deficiencias significativas en determinadas habilidades que necesitan ser resueltas. Asimismo, observamos un aumento de la insatisfacción en el trabajo y recibimos toda una serie de nuevas demandas de talento que debemos satisfacer.

No se trata, por tanto, de gestionar nóminas, vacaciones y otros aspectos organizativos, sino de gestionar el talento y las habilidades de las personas para situarlas allí donde son más productivas para la empresa y donde se encuentran más cómodos para aportar lo que la empresa necesita.

MÁS INFORMACIÓN

[Finanzas y Recursos Humanos: nuevas oportunidades gracias a la nube](#)

[Guía del marketing de recursos humanos para la retención de talento](#)



¿Te gusta este reportaje?



SACYR SIMPLIFICA Y AGILIZA LA GESTIÓN GLOBAL DE RRHH CON ORACLE HCM CLOUD

MÁS INFORMACIÓN



¿Preparados para la avalancha de la Transformación Digital?



**DIGITAL BUSINESS
WORLD CONGRESS**

¿Preparados para la avalancha de la Transformación Digital?

El mundo de los negocios vive un momento de profunda transformación, unos cambios que no solo afectan a la parte visible de las empresas, sino a todos los elementos y procesos de éstas, de ahí que haya que estar preparado para asumirlos. En este panorama, las empresas deben estar preparadas para tomar ventaja de la nueva posición, y entender los cambios que se han de producir no solo en áreas como el marketing o las ventas, sino en todas las capas internas y externas de las compañías.

Del 22 al 24 de mayo se celebra en Madrid [DES 2018 Digital Business World Congress](#), un evento que busca proporcionar a las empresas las líneas maestras a seguir a la vez que le muestra ejemplos de otras empresas que han llevado a cabo la transformación y los objetivos cumplidos.

EL MUNDO DIGITAL

Según un reciente informe de la consultora Forrester, el 55 por ciento de los CEO de las empresas piensan que la Transformación Digital trae consigo un incremento de negocio de do-



ble dígito, de ahí que para muchos se haya convertido en una prioridad reconvertir digitalmente sus negocios. Con una idea en la cabeza: las reglas del juego son las mismas e iguales para todos, lo que hay que hacer, si se quiere ganar, no es hacer trampas, sino reinventar el juego.

Se trata, por tanto, de un cambio tecnológico, es evidente, pero, también, de un cambio de mentalidad, de modelo de pensamiento y de negocio, que permita a las compañías desbloquear todo su potencial y desarrollarlo con el foco puesto en las verdaderas prioridades del negocio.

En este nuevo paradigma, las empresas deben plantearse algunas cuestiones importantes, como la necesidad de tener una visión estratégica a largo plazo frente a una propuesta cortoplacista; cómo debe ser la experiencia del cliente y cómo puede afectar esto a la rentabilidad; seguridad frente a privacidad, un tema más de actualidad que nunca por la entrada en vigor del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos; mantener lo actual frente a la atracción de lo nuevo; la tecnología heredada frente a la innovación; o el control frene a la velocidad.

Todas estas cuestiones, lejos de ser preguntas filosóficas, nos ayudarán a posicionar convenientemente a nuestra empresa en el nuevo mundo digital.

Y, hablando del nuevo mundo digital, algunos números que ayudan a definirlo:

- ❖ 120.000 millones de ingresos en 2018 en Cloud Computing.



FACE THE DIGITAL AVALANCHE AT DES

- ❖ 11.200 millones de dólares en IoT, con dispositivos instalados que han generado un ROI de 7.600 millones.

- ❖ La Inteligencia Artificial (IA) provocará un impacto de 33 billones de dólares en la economía.

- ❖ El 73% de los CIO esperan experimentar una brecha de seguridad destacada en un año.

- ❖ Las tecnologías de Machine Learning auguran un crecimiento medio anual del 19,7%.

- ❖ El 85% de las compañías han intentado ser empresas basadas en datos, si bien solo dicen haberlo conseguido un 37%.

- ❖ El ahorro potencial de los bancos usando Blockchain se sitúa entre 8.000 y 12.000 millones de dólares.

- ❖ Los ingresos esperados en Marketing Automatización en 2018 serán de 6.580 millones de dólares.

DES, UNA CITA CON EL MUNDO DIGITAL EN MADRID

Si hemos definido con algunas cifras lo que es el mundo digital, tenemos que recurrir a otras para definir DES. En base a los datos

de 2017, DES es un evento que reunirá a unos 18.039 asistentes de unas 9.280 empresas privadas y entidades públicas, con el fin de que puedan ver alrededor de 400 innovaciones presentadas.

A la vista de los datos de ediciones anteriores, más del 65% de los asistentes pertenecen al Nivel-C en sus empresas, siendo en torno a un 4% CEO, un 16% directores, y un 50% ejecutivos sénior, de unas empresas que se reparten entre unas 6.800 pequeñas y medianas empresas, 2100 grandes corporaciones y 380 organismos y entidades públicas.

En cuanto a sectores, el 13% son del sector Telecomunicaciones, un 8% consultoría; banca y seguros, bienes de consumo; un 9% Retail, turismo y hospitalidad; un 6% ciudades y sector público, media y comunicaciones, farmacia y sanidad; un 7% manufacturas; un 4% transporte y logística, un 3% energía y utilities; y un 13% restante para el resto de sectores.

UN MUNDO DE CONTENIDOS

Este año la tendencia más destacada de DES 2018 es la Inteligencia Artificial. Pero la IA es una tecnología emergente y muy disruptiva, lo que hace imprescindible que las tecnologías básicas, como el cloud o la ciberseguridad, estén totalmente implantadas, ofreciendo a las empresas eficiencia, eficacia y seguridad.

IT User, como Media Partner de DES 2018, ofrece en exclusiva para sus lectores un descuento del 35% en el precio de la entrada. Para ello, solo tienes que introducir el código **ITDIGdes18** al registrarte en este [enlace](#)



Todos los contenidos de DES 2018 se organizan en torno a 9 Foros Verticales: Banking & Insurance, Cities & Public Sector, Energy & Utilities, Industry 4.0, Pharma & Health, Retail & eCommerce, Telco, Media & Entertainment, Tourism & Hospitality, y Urban Mobility.

Y, alrededor de todo esto, más de 450 portavoces, 10 influencers de talla mundial, 9 foros verticales, 3 supersesiones, 10 escenarios, 6 summits paralelos (Leaders-

hip Summit, CIO Summit, CDO Summit, HR Summit, CMO Summit y Government Summit), 5 Tech Series (Cybersecurity Series, Big Data and Analytics Series, IoT Series, Cloud Series y Blockchain Series) y unas 90 historias de éxito.

TECH SERIES

Las [Tech Series](#) son foros especialmente dirigidas a CIO. Se trata de sesiones especializadas en tecnologías como ciberseguridad, Big Data y Analítica, IoT, Cloud y Blockchain.

Big Data es una herramienta esencial para soportar los procesos y los niveles de optimi-

Ponentes de talla mundial

Son muchos los ponentes confirmados para esta edición de DES 2018, una cita a la que acuden expertos de talla mundial como, por ejemplo, Stuart Russell, profesor de Computer Science, Berkeley University, que hablará de IA; Tamara McCleary, CEO de Thulium, para hablar de marketing de marca; Arun Sundararajan, profesor de la NY Stern University, para tratar la denominada Platform Economy; Aristedes Mahairas, head of NY

Special Operations FBI, quien hablará de ciberseguridad; Rahaf Harfoush, antropólogo digital, experto en Organization Recoding; Hanna Niemi-Hugaerts, IoT Program manager City of Helsinki, que ofrecerá sus opiniones y experiencias sobre las ciudades inteligentes; Kristel Kruustük, innovador del año 2017 y CEO de Testlio.com; Jeff Sanders, socio de Fifty not Out; Chris Roberts, experto en ciberseguridad y Chief Security Architect de Acalvio

Technologies; J.J. Delgado, xHead de Amazon Marketing Services South Europe; Martha Bennett, principal Analyst serving CIO Professionals en Forrester Research; Scott Brinker, editor at chiefmartec.com y Program Chair of MarTech; y Jeremy Goldman, CEO & Founder, Firebrand Group. Como la lista se va incrementando día a día, puedes ver un listado actualizado en este [enlace](#)

zación necesarios. El foco se pone en los datos que permiten optimizar los negocios y los procesos de la compañía.

En el caso de Cloud, se trata de una base sobre la que desarrollar otras tecnologías actuales y futuras, como, por ejemplo, ciberseguridad, Big Data, Analítica, IoT, Aplicaciones, Inteligencia Artificial, Blockchain, las infraestructuras TI empresariales... En esta ocasión, se hablará de la innovación en la nube, de DevOps, la convivencia de nubes públicas, privadas e híbridas y su necesidad de interacción, servicios cloud, nuevos modelos de arquitectura, contenedores...

Ciberseguridad, por su parte, es un elemento cada vez más esencial en el desarrollo de la Economía Digital. Ciberataques más frecuentes, violentos y dirigidos, hace necesario una estrategia de seguridad que reduzca el posible impacto y los riesgos en el negocio. Pero, en esta ocasión, no se busca un enfoque tecnológico, sino una visión global que entienda la necesidad de seguridad y el propio negocio y procesos a proteger.

Un mundo conectado, IoT, es el siguiente paso, y la entrada a una nueva era, en la que el futuro de las empresas pasa por entender el impacto que tendrá sobre su propio sector y sobre la forma en que viven y quieren vivir las personas. Por el momento, tenemos que contentarnos con pruebas de conceptos y con la necesidad de entender que los proyectos de Internet de las Cosas son proyectos de largo plazo, con el fin de evitar frustraciones en el corto plazo. Además, en el foro específico en



**ENTREVISTA A LLUIS ALTÉS,
MANAGING DIRECTOR DE DIGITAL ENTERPRISE SHOW**

DES se hablará de áreas de crecimiento y de las tendencias actuales.

Por último, Blockchain, que enfrenta a las compañías a una nueva forma de gestionar y securizar los datos, dado que ofrece una opción de verificación de transacciones inmediata sobre la red, lo que abre múltiples e interesantes opciones.

THE AINOMICS

Visto el impacto que se espera de la Inteligencia Artificial, el congreso ha decidido dedicar un

trak específico a esta tecnología: [Alnomics](#). En él se analizará el impacto que tendrá la IA en la economía, planteándose los beneficios, potencial de desarrollo y oportunidades que generará. Estas sesiones contarán con la participación de expertos de talla mundial en Inteligencia Artificial, como Stuart Rusell y Sergio Álvarez Teleña.

GDPR

Otro tema de claro interés en esta edición de DES es GDPR, la nueva normativa de protección

de datos que pasará a ser de obligado cumplimiento tanto en España como en el resto de países de la Unión Europea al día siguiente de la finalización del evento. Por este motivo, los organizadores han previsto la celebración de un foro o mesa de debate, debido al interés que está generando entre las empresas por sus implicaciones a la hora de tratar, almacenar y utilizar datos de carácter personal.

NETWORKING

Junto con las diferentes sesiones, ponencias y mesas redondas, DES incluye en su programa una serie de eventos para potenciar el networ-

IT User, como Media Partner de DES 2018, ofrece en exclusiva para sus lectores un descuento del 35% en el precio de la entrada. Para ello, solo tienes que introducir el código **ITDIGdes18** al registrarte en este [enlace](#)



king entre los asistentes. Se trata del Digital Business Club y del Innovation Hub.

Con la idea de fomentar el intercambio de ideas y experiencias nace en [Digital Business Club](#), un espacio on-line colaborativo para dialogar con otras personas interesadas en

la innovación y la Transformación Digital. El debate, la compartición de conocimientos y experiencias, así como el diálogo sobre nuevos modelos de negocio o formas de mejora de los diferentes sectores, son los elementos clave en este espacio.

Por su parte, el [Innovation Hub](#) es un espacio pensado para pequeñas empresas con ideas disruptivas que pueden aportar mucha capacidad de transformación, y con un potencial impacto en sectores como la Industria 4.0, la Banca, Seguros, Sanidad, Logística, Medios de comunicación y Entretenimiento, Retail, Logística, Turismo...





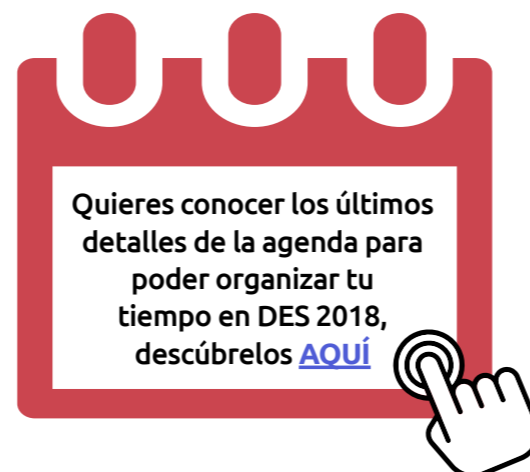
FACING THE DIGITAL AVALANCHE

22-24 May, Madrid

#DES2018

Los participantes podrán dar a conocer su solución, producto o servicio a una audiencia internacional en un formato de “charla de ascensor” (Pitch Elevator), así como conectar con el Global Innovation System del DES, buscar nuevos partners para sus proyectos o ser candidatos a los [European Digital Mindset Awards](#).

Precisamente la entrega de estos galardones, junto con la [Fiesta Inaugural](#), son los otros dos espacios para el networking y el diálogo habilitados por el congreso. ■



¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



MÁS INFORMACIÓN

- [www Tech Series](#)
- [www The Alnomics](#)
- [www Innovation HUB](#)
- [www Fiesta de bienvenida](#)
- [www European Digital Mindset Awards](#)
- [www C-Level Summit](#)
- [www CIO Summit](#)
- [www Speakers Line Up](#)
- [www Digital Marketing Planet](#)
- [www Digital Business World Congress](#)
- [www Masterminds Congress](#)

Una nueva mirada al mundo

Con la recuperación económica, España vuelve a vivir momentos de gran actividad. Mejora el empleo y mejoran los beneficios de las empresas. Éste es el momento que llevamos esperando todos estos años con anhelo.

Es el momento en el que las empresas tienen la extraordinaria oportunidad de sacar del cajón nuevas iniciativas de Responsabi-

lidad Social. Hay que devolver a la sociedad parte de lo que ganamos para contribuir a equilibrar prosperidad versus pobreza.

No es necesario hacer grandes proyectos para contribuir a una causa social. A veces los proyectos más pequeños, pero sostenidos en el tiempo, son los que realmente consiguen que salgan adelante los beneficiarios de cualquier problema.

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 cam-



biar la realidad de las comunidades para las que trabajamos. El foco es España en materia educativa y Marruecos en el ámbito de la salud.



Podemos ayudar a combatir el hambre, la enfermedad, el horror que produce la ausencia de medios básicos para subsistir, el espanto de la falta de medicamentos para luchar contra la meningitis...

Desde Fundación Adelias hacemos un uso responsable, medido, calculado y documentado de las aportaciones de nuestros patrocinadores, socios y amigos. Proponemos acciones concretas en función de las áreas que más motivan a los donantes: ¿Te preocupa la educación? ¿Los niños abandonados en espera de ser adoptados? ¿Los niños enfermos de corazón u otras enfermedades que viven en situación de pobreza extrema y mueren por falta de una cirugía? ¿Deseas donar tiempo a una causa social contra la pobreza?

Todas las iniciativas en este sentido están abiertas en nuestra ONG. Sólo necesitamos

empresas y personas que tengan la ambición y el deseo de hacer palanca para que el mundo se mueva.

¡Te esperamos! ■



MÁS INFORMACIÓN



Fundación Adelias

¿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](#)



¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes





GDPR: ha llegado la hora de la verdad

Pese a que el reglamento se aprobó hace dos años, es ahora, con su definitiva entrada en vigor el 25 de mayo, cuando ya no hay marcha atrás ni excusas para no cumplir con GDPR, el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea.

Pese a estos dos años de margen para prepararse, quedan muchas dudas sobre si realmente las empresas, especialmente las europeas, están listas para esta nueva normativa de protección de datos.

De hecho, un reciente estudio aseguraba que, a pocas semanas de la entrada en vigor de GDPR, las empresas estadounidenses estaban mejor preparadas que las de Europa para detectar incidentes de seguridad.

Se calcula que las organizaciones en EMEA tardan casi seis meses (175 días) en detectar un intruso en sus redes. Esto, además, supone un aumento con respecto a los 102 días de media del informe del año pasado. Por el contrario, la media del tiempo en América mejoró hasta los 76 días en 2017, desde los 99 en 2016.

Estos resultados son una preocupación particular en Europa debido a la inminente entrada

en vigor de GDPR, que obliga a las empresas a informar sobre sus incidentes de seguridad.

¿GDPR? ¿QUÉ ES?

Uno de los principales problemas es que, pese a todo lo que los medios de comunicación hemos ido divulgando sobre la llegada de esta normativa de protección de datos, GDPR sigue siendo aún una gran desconocida, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas de medio mundo. Y todas aquellas que traten con información de los ciudadanos de la UE deben cumplirla.

Así, una reciente encuesta de IDC concluye que menos de la mitad de las pequeñas y medianas empresas europeas han tomado medidas para prepararse para el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (GDPR).


A pesar de las posibles consecuencias de no cumplir con el GDPR, la encuesta de IDC encontró varios niveles de conocimiento, planificación y preparación entre las PYMES.


Así, una parte importante de las pequeñas empresas en Europa (más del 20% en el Reino Unido y Alemania) aseguran que no conocen qué es GDPR. Un dato que aumenta hasta el 50% cuando salimos de Europa. cuanto más grande sea el tamaño de la empresa, acercándose a la consideración de mediana, más conciencia tienen sobre lo que es y significa GDPR.


Independientemente de la concienciación de GDPR, casi el 44% de las pequeñas empresas europeas y el 41% de las medianas empresas afirman que aún tienen que tomar medidas

General Data Protection Regulation

Specify how consumer data should be used and protected

 Adopted by the European Parliament in Apr 2016

 Enforceable throughout the EU in May 2018

 **INTRODUCCIÓN A GDPR**

para lograr el cumplimiento con la norma. Para las PYMES no europeas, los porcentajes son del 38% para las pequeñas empresas y del 55% para las medianas.

Un dato preocupante es que tercio de las pymes europeas y más de la mitad de las pymes no europeas no tienen planes para lograr cumplir con GDPR. De hecho, solo el 29% de las pequeñas empresas europeas y el 41% de las medianas empresas han tomado medidas para prepararse para GDPR. Entre las pymes no europeas, la proporción de empresas pre-

paradas disminuye al 9% entre las pequeñas empresas y el 20% de las medianas.

ESPAÑA, EL PAÍS EUROPEO MENOS PREPARADO

Pero, ¿cómo están las empresas españolas? Pues, a tenor de los diferentes estudios y análisis realizado, no del todo bien. Frente al Reino Unido, el país europeo mejor preparado para el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), en una clasificación sobre 10 países europeos España ocupa el último puesto.

Según los resultados de un estudio de W8 Data, que se llevó a cabo entre los 10 principales países europeos por PIB, España ocupa la última posición en cuanto al número de organizaciones que están preparadas para este nuevo reglamento.

La firma descubrió que los niveles de confianza en el Reino Unido están muy por delante de otros países europeos en lo que respecta al cumplimiento de GDPR. De hecho, solo el 29% de las empresas británicas declaran que no saben o no se sienten totalmente preparadas para las nuevas reglas de protección de datos. un dato que contrasta con el hecho de que en Alemania sean casi la mitad. Mientras, las empresas españolas y suecas menos preparadas, el 73% y el 71% respectivamente.



Posición	País	% *
1	Reino Unido	29
2	Alemania	48
3	Polonia	52
4	Austria	53
5	Francia	54
6=	Benelux	59
6=	Rusia	59
8	Italia	63
9	Suecia	71
10	España	73

* % de Organizaciones no preparadas

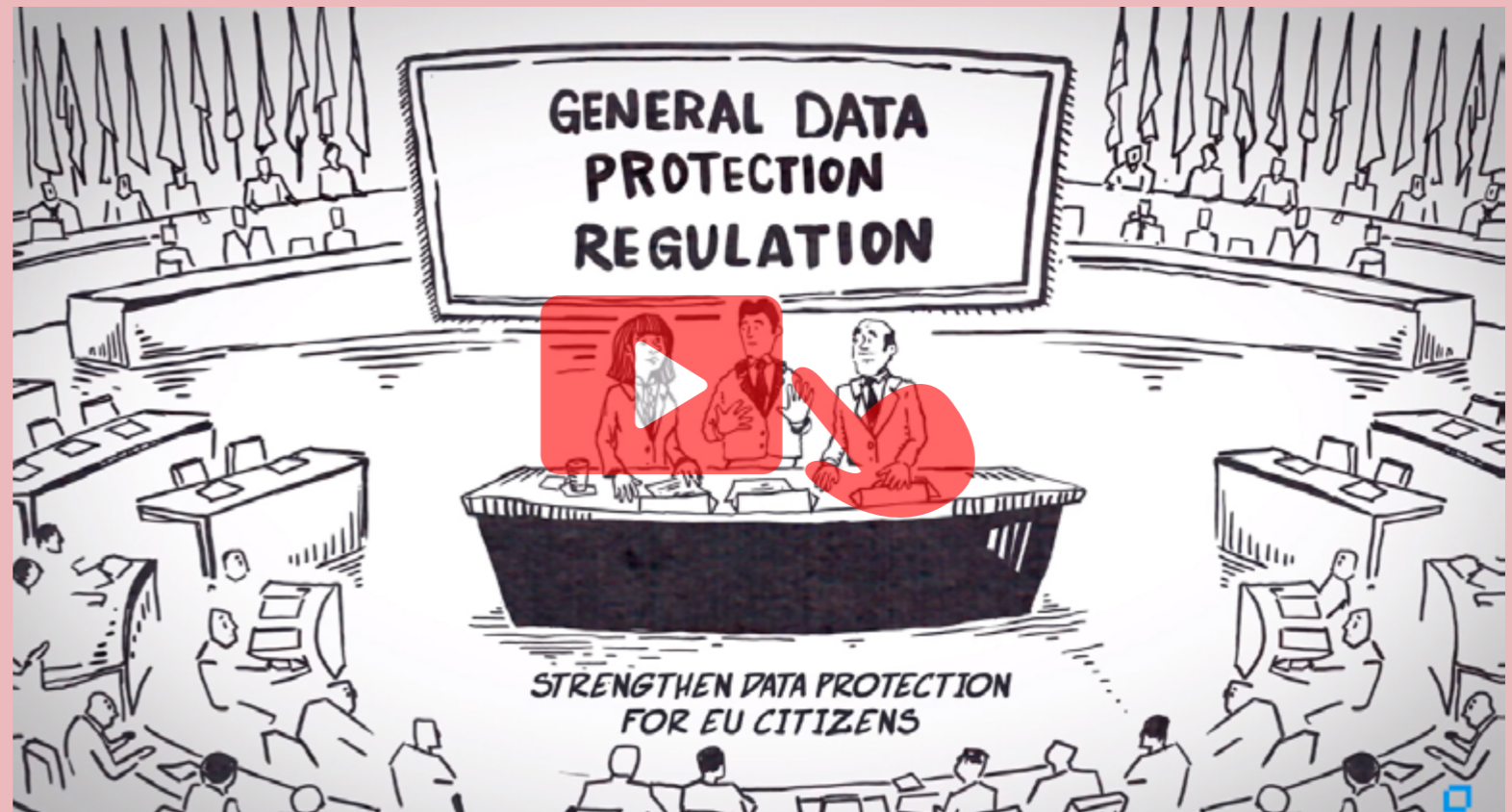
Los hallazgos también apuntan hacia un cambio en las percepciones que rodean a GDPR en el Reino Unido en los últimos seis meses. Un número cada vez mayor de controladores de datos considera que el cumplimiento no es el desafío monumental que temían y que hay más margen de acción de lo que esperaban.

Los responsables del estudio consideran que es fácil sentirse abatido dada toda la negatividad que rodea al GDPR, pero asegura que esta normativa permitirá una comercialización más responsable que conducirá a relaciones más sólidas con los clientes.

MÁS PREOCUPADAS POR RANSOMWARE

Otro informe, realizado cuatro meses antes de la entrada en vigor GDPR, concluía que poco más de un cuarto (28%) de las empresas declaraban que su organización estaba muy bien preparada para GDPR. Otro tercio se sentía algo preparado.

Dentro de eso, los que están en Europa son más propensos a decir que están muy bien o



ROAD TO GDPR COMPLIANCE

bien preparados en comparación con los de América del Norte (35% frente a 25%), mientras que uno de cada cuatro en América del Norte ni siquiera han oído hablar de GDPR.

Sin embargo, estos datos contrastan fuertemente con los hallazgos de un estudio de la Asociación Internacional de Profesionales de

la Privacidad (IAPP) que afirma que el 84% de las empresas estadounidenses esperan tener sus operaciones GDPR y funcionando antes del 25 de mayo de 2018.

Teniendo en cuenta todos estos datos, cabría preguntarse por qué las empresas muestran tan poco nivel de preocupación sobre GDPR.



CÓMO DAR CUMPLIMIENTO AL NUEVO REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS DE LA UE

Este documento revisa algunos de los principales aspectos que introduce el nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la UE (General Data Protection Regulation, GDPR) así como qué estrategia pueden seguir las empresas e instituciones públicas para cumplir con este nuevo reglamento.



Más si cabe cuando las multas a las que se pueden enfrentar son bastante importantes. Las posibles sanciones por no cumplir con estos requisitos son severas: hasta 20 millones de euros o el 4% de los ingresos anuales por incumplimiento, lo que debería ser un tema de alta prioridad para las empresas de todos los tamaños y ubicaciones.

Cuando se les pregunta a las empresas que clasifiquen cuál puede ser el mayor impacto de GDPR en su negocio, el 32% dijo que había cambios técnicos en la arquitectura, el 24% señaló los ajustes legales, mientras que un 23% aludió a la inversión financiera necesaria para prepararse.

El estudio también encontró que el porcentaje de empresas que informan ciberataques con motivación financiera se ha duplicado en los últimos dos años, y el 50% de los encuestados experimentó un ataque cibernético motivado por el rescate en el último año.

La cantidad de compañías que informaron de ataques con rescate (en los cuales los hackers usan malware para encriptar datos, sistemas y redes hasta que se pague una cantidad) aumentó en el último año: un 40% con respecto a la encuesta de 2016. Las empresas tampoco esperan que esta amenaza desaparezca en 2018; uno de cada cuatro ejecutivos (26%) ve el rescate como la mayor amenaza para su sector comercial en el próximo año. Es decir, que están más preocupadas por un ataque ransomware y sus posibles consecuencias que por GDPR.

CONSECUENCIAS DE ESTA FALTA DE PREOCUPACIÓN

Una de las consecuencias de esta falta de preocupación es el hecho de que el 60% de las empresas aún no etiqueta adecuadamente los datos confidenciales, según un informe del Centro para el Liderazgo en Políticas de Información (CIPL).

En una encuesta realizada entre 235 organizaciones multinacionales, el 60% dijo que no contaba con ningún procedimiento para identificar y etiquetar los datos, dejándolos a oscu-



ras sobre el contenido sensible y confidencial que contienen dentro de su información, y cómo se usa o trata, según al informe.

Es decir, que el informe muestra que las empresas no están donde deberían para poder cumplir con esta nueva normativa. El problema, además, es que cada vez queda menos tiempo para cumplir con todo lo que conlleva GDPR.

Más de un tercio de las organizaciones dijeron que no tenían un marco o procedimien-

Se busca delegado de protección de datos

El número de vacantes de jefes de protección de datos (DPO) ha aumentado un 709% desde que las reglas del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) fueron ratificadas hace casi dos años, de acuerdo con Indeed.

El sitio de empleos afirma que el esfuerzo de reclutamiento a nivel internacional ha atraído la atención de los solicitantes de empleo, y que el número de candidatos

se ha disparado un 297% en el mismo período.

El nombramiento de un Jefe de Protección de Datos es un requisito clave de las nuevas leyes de privacidad de la UE. Así, se exige designar un DPO si es una autoridad pública, sus actividades principales requieren “control a gran escala, regular y sistemático de personas” o sus actividades principales incluyen “procesamiento a gran escala de categorías es-

peciales de datos o datos relacionados con condenas penales y ofensas”.

Las DPO son esenciales para tales organizaciones, responsables de supervisar el cumplimiento interno, asesorar sobre las evaluaciones de impacto y las obligaciones de protección de datos, y actuar como un punto de contacto para los interesados y la autoridad de control.

Como expertos independientes altamente

calificados en protección de datos, tienen un salario importante, casi el doble del salario medio del Reino Unido, de acuerdo con Indeed.

La investigación de 2017 encontró que una quinta parte (22%) de las organizaciones aún no habían contratado un DPO, y que más de la mitad (52%) de estas empresas no planeaban hacerlo hasta la segunda mitad de 2018 o más.

tos establecidos para identificar y clasificar el riesgo sobre las diferentes personas, según el informe. Otro tercio dijo que actualmente estaban trabajando en el desarrollo de dicho marco.

Las empresas mundiales también están incorporando personal adicional en sus esfuerzos de implementación de GDPR: el 32% de las organizaciones encuestadas dijeron que habían contratado más personal para este proyecto.

La creación y el mantenimiento de un programa integral de cumplimiento de privacidad fue una de las mayores áreas de impacto en las organizaciones en el camino hacia el cumplimiento de GDPR, según el informe. Más de la mitad de las organizaciones encuestadas dijeron que habían comprometido un presupuesto adicional para la implementación de GDPR, que oscila entre cientos de miles de dólares has los 50 millones. Las herramientas tecnológicas y el software fueron la principal prioridad en el gasto relacionado con GDPR, según el informe.

“La implementación de GDPR consiste en múltiples capas de complejidad”, dijo Joanna Bellamy, presidenta de CIPL. “La encuesta revela que si bien se han realizado algunos avances en preparación para el 25 de mayo de 2018, las organizaciones deben realizar más trabajo que deberá intensificar sus esfuerzos de implementación en muchas áreas clave. Revisar estrategias de gestión de datos, construir nuevas los programas integrales de cumplimiento y la implementación de nuevos sistemas, procesos y procedimientos para facilitar los cambios son cruciales para la implementación exitosa de GDPR”.

POCA CONFIANZA DESDE TI

GDPR va a tener un gran impacto en el departamento de tecnologías de la información (TI) de todas las empresas. Responsables de guardar, almacenar, tratar y en su caso borrar todos los datos que tiene una empresa. Los responsables TI de toda Europa están preocupados por cuántas organizaciones pueden acceder a sus datos personales y muestran unos

Clica en la imagen para ver la infografía más grande



ANÁLISIS DE RIESGOS EN EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES SUJETOS A RGPD

Ante la constante evolución tecnológica y los procesos de transformación digital que sufren las actividades de tratamiento de datos personales, la reforma de la regulación de protección de datos supone un cambio del modelo tradicional para afrontar las medidas que garantizan la protección de los datos personales hacia un nuevo modelo más dinámico, enfocado en la gestión continua de los riesgos potenciales asociados al tratamiento desde su diseño.



**PRESENTANDO GDPR**

Según IDC, menos de la mitad de las pequeñas y medianas empresas europeas han tomado medidas para prepararse para el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (GDPR)

bajos niveles de confianza en la capacidad de sus partners de proteger adecuadamente esa información, según un estudio de Kaspersky Lab, que confirma que apenas la mitad (55%) de los profesionales TI confía en que otras organizaciones estén cuidando debidamente sus datos personales.

El estudio, realizado por toda Europa, ha desvelado las preocupaciones de los respon-

sables TI sobre la protección de datos y sobre cómo las empresas y organizaciones de todo tipo gestionan los datos personales de sus empleados. A pesar de que una mayoría de las respuestas (73%) reconocen que la seguridad de los datos personales es importante, dos tercios (64%) se muestran preocupados sobre cómo muchas organizaciones acceden a su información personal. Más aún, el 67% de ellos

se sienten intranquilos ante la posibilidad de que sus datos puedan llegar a ser hackeados.

Los responsables TI son muy conscientes de los peligros con los que se enfrentan sus datos personales, ya que ven cómo se tratan diariamente, y le dan la importancia adecuada a cualquier preocupación que pueda aparecer. El estudio ha encontrado que, uno de cada tres (32%) no confía en que sus propias empresas puedan llegar a demostrar cómo, y desde dónde, se obtienen los datos personales que conservan, pudiendo llegar a tener importantes repercusiones según el RGPD. Esta falta de confianza en la adecuada gestión de los datos también genera preocupación entre los responsables TI ante el futuro de su propia información si cayera en manos de terceros, albergando temores por su posible pérdida o llegar a ser víctimas de un hackeo.

A pesar de lo que acabamos de ver, en algunas regiones de Europa los responsables TI muestran mayores niveles de confianza. Por ejemplo, tres cuartas partes (76%) de los responsables TI en Francia confían en el modo en el que sus organizaciones protegen los datos, frente a tan solo el 62% de los españoles, el 56% de los británicos y al 48% de los alemanes.

TAMPOCO EN LA WEB SE CUMPLE

Esta falta de cumplimiento con GDPR se da en todo tipo de empresas y, casi, en todo tipo de departamentos. Así, solo un tercio de los sitios web en la UE tienen su política de privacidad

en orden antes de que entre en vigor el Reglamento General de Protección de Datos.

La empresa de privacidad vpnMentor analizó 100 sitios web en cada estado miembro de la UE utilizando el popular servicio de marketing por correo electrónico MailChimp. Cualquier firma que use esta plataforma debería cumplir con las estrictas nuevas reglas de GDPR que rigen las políticas de privacidad. Cabe recordar que con la nueva política de privacidad las empre-

sas deben ser más transparente y decirle a los usuarios qué sucederá con los datos que se recopilan. Algo que, además, debe redactarse de forma concisa y clara, permitiendo al usuario saber si sus datos se compartirán con un tercero o se utilizarán con fines de comercialización, explicar el uso de cookies y su propósito, y dar a conocer los derechos de la persona que visita el sitio.



Desafortunadamente, solo el 34% de los sitios web en toda la UE cumplen con los requisitos actuales. La mayoría de los sitios web aún tienen viejas políticas de privacidad y, en algunos casos, ninguna. Es decir, que no están listos para las pautas de privacidad más estrictas que entrarán en vigencia el 25 de este mes.

Alemania (67%), Austria (59%), Italia (51%), Chipre (50%) y Malta (50%) encabezaron la lista de sitios web más compatibles.

**NUNCA ES TARDE:
QUÉ HACER SI NO HA EMPEZADO**

Si después de leer todas estas líneas se siente total o en parte identificado y no sabe si ha tomado el camino correcto hacia el cumplimiento de GDPR, tenemos una buena y una mala noticia que darle. La mala es que es poco probable que cumpla con todas las normas antes del 25 de mayo. Pero, y además de estar lejos de ser el único al que le pase, es que aún tiene tiempo de, al menos, sentar las bases para cumplir con unos mínimos.

Es imposible saber cómo se abordará este incumplimiento a gran escala, pero es probable que las autoridades de protección de datos den un período de gracia en el que las organizaciones puedan demostrar que están haciendo un esfuerzo de buena fe para cumplir con GDPR. Sí, puede que se les ponga una advertencia, pero también y quizás con alguna orientación más sobre cómo acelerar sus esfuerzos.



GDPR COMPLIANCE: EXPLÍCAMELO COMO SI TUVIERA 5 AÑOS

Lo primero es finalizar su plan de cumplimiento y luego comenzar a trabajar en las partes más importantes de ese plan para que pueda demostrar claramente su intención de cumplir con los requisitos de GDPR.

Así, un primer paso es calcular qué datos tiene y dónde está. El proceso de identificación de los datos personales que se tiene, cómo se usa y dónde se almacena no tiene por qué ser complejo, pero tiene que ser exhaustivo. Si el marketing envía información de prospectos a ventas por correo electrónico, por ejemplo, esos correos electrónicos deben ser contabilizados. Los detalles importantes incluyen:

- * Qué departamentos / equipos recopilan datos personales.
- * Si los datos están almacenados en el sitio o en la nube.
- * Si el procesamiento de datos se subcontrata, la identidad del proveedor y el tipo de sistema que se utiliza.
- * Las fuentes de la recopilación de datos (sitios web, aplicaciones móviles nativas, otros puntos de contacto digitales).

* Cómo se usan los diferentes tipos de datos y para qué se utilizan.

* La identidad de cualquier otra parte que use o tenga acceso a los datos.

* ¿Qué tipo de consentimiento se dio cuando se recopilaron los datos y dónde se almacena esa documentación?

Esta información (así como las dificultades para encontrar las respuestas) le darán una buena primera instantánea de la cantidad de trabajo que tendrá que hacer para cumplir con GDPR. Además, es fundamental para su capacidad de eliminar o anonimizar los datos de un consumidor a pedido.

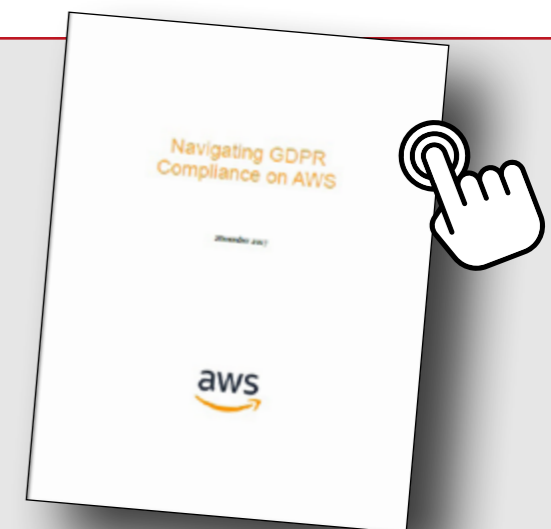
DESARROLLE O ACTUALICE SU POLÍTICA DE PRIVACIDAD

Su política de privacidad debe establecer claramente su alineación con el “espíritu de la ley” para proteger la privacidad de los datos. Simplemente declare su compromiso de proteger los datos de los consumidores y asegure a los consumidores que está trabajando activamente para cumplir con los requisitos de GDPR.



CUMPLIMIENTO DE GDPR EN AWS

Los expertos en cumplimiento, protección de datos y seguridad de AWS han estado trabajando con clientes de todo el mundo para responder a sus preguntas y ayudarles a prepararse para ejecutar sus cargas en la cloud después de que GDPR sea obligatorio. Este documento detalla todos los puntos y medidas adoptadas para hacer que Amazon Web Services sea compatible con GDPR.



Además, debe generar un plan de acción, en el que se identifique cada requisito de GDPR que aún no haya conocido, y asigne cada uno a un equipo de responsable de desarrollar un plan para lograr el cumplimiento. Los artículos específicos pueden incluir:

- ❖ Responsabilidad y gobernabilidad.
- ❖ Consentimiento y procesamiento.
- ❖ Niños.
- ❖ Notificaciones (clientes / internas).
- ❖ Derechos y procedimientos de datos.

- ❖ Procesamiento de registros.
- ❖ Privacidad por diseño.
- ❖ Notificación de violación de datos.
- ❖ Localización de datos.
- ❖ Contratación y adquisición.

Uno de los requisitos previos clave para el cumplimiento de GDPR es comprender qué datos personales recopila y dónde se almacenan. Eso puede parecer desalentador al principio, pero se vuelve manejable cuando lo descompone en elementos clave, como:



- ¿Quiénes son los departamentos o equipos que operan sistemas que recopilan datos personales?
- ¿Qué tipo de hardware y software se usa para recopilar datos personales, y está en las instalaciones de la organización o está ubicado en la nube?
- ¿Cuáles son las fuentes de información de los usuarios para la recopilación de datos? (por ejemplo, sitios web, aplicaciones móviles nativas, otros puntos de contacto digitales, etc.)
- ¿Cómo se procesan los datos y por qué motivo?
- ¿Dónde se almacenan y mantienen los datos, y si se envían fuera de la organización, a quién y por qué?
- ¿Se ha solicitado y obtenido el prospecto o el consentimiento del cliente? ¿Si es así cuando? ¿Y se ha registrado la prueba en el sistema?

Esta información básica proporciona una buena instantánea inicial en la preparación

España ocupa la última posición en cuanto al número de organizaciones que están preparadas para este nuevo reglamento

El 60% de las empresas aún no etiqueta adecuadamente los datos confidenciales y solo un tercio de los sitios web en la UE tienen su política de privacidad en orden

de GDPR de una organización. Cualquier nivel de dificultad para responder estas preguntas es un buen indicador de que su organización enfrentará desafíos para cumplir con la solicitud de seudónimo o supresión de datos de un usuario, por lo que no cumplirá con la GDPR.

IDENTIFICA TUS PRIORIDADES

Una vez que tenga el plan de cada grupo de trabajo, identifique sus prioridades basadas en el valor para su organización (análisis de coste/beneficio) y su capacidad para realizar avances cuantificables antes del 25 de mayo.

Por otro lado, tenga en cuenta que no hay ninguna herramienta que le permita alcanzar el 100% de cumplimiento. Sin embargo, existen herramientas que abordan diversos aspectos: localizar y categorizar datos personales no estructurados ocultos en los correos electrónicos, por ejemplo. Las herramientas también se han desarrollado para otros fines que facilitan el cumplimiento. Algunas plataformas de CRM, por ejemplo, tienen carac-



terísticas de anonimización, lo que significa que destruyen irreversiblemente cualquier forma de reconstruir los datos y conectarlos a un individuo en particular. Algunos ofrecen seudónimos, que cubre la identidad de una persona para que se necesite información adicional para volver a conectar los datos a la persona relacionada.

En cuanto a otros productos de software importantes y estructurales, dado que tanto la gestión de la privacidad de los datos del cliente

como la recopilación de datos de los clientes son un requisito central y transversal, dos de las comunidades más confiables de la industria del software han iniciado la estandarización y los proyectos de código abierto.

Desde 2015, bajo el paraguas del consorcio de estandarización OASIS, se creó un comité técnico específico para ayudar a las organizaciones que actualmente tienen dificultades para crear y entregar experiencias personalizadas consistentes en canales,



mercados y sistemas con privacidad de datos por diseño. El estándar Context Server (CXS) tiene como objetivo simplificar la administración, la integración y la interoperabilidad entre soluciones que ofrecen servicios como administración de contenido web, CRM, big data, aprendizaje automático, marketing digital y plataformas de administración de datos. Como reflejo de esta iniciativa de estandarización, el proyecto Apache Unomi proporciona la primera plataforma de datos de cliente de código abierto y actúa como la implementación del estándar CXS a la vez que promueve la gestión ética de la experiencia web y el aumento de los controles de privacidad del usuario.

Antes de comprar cualquier herramienta para ayudar con un aspecto del cumplimiento de GDPR, consulte con sus expertos en la materia para obtener su opinión sobre si usted tiene las habilidades que necesita en la empresa o si sería más inteligente comprar una herramienta, o incluso subcontratar, un aspecto específico del cumplimiento. ■

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN

-  [Cómo dar cumplimiento al nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la UE](#)
-  [Análisis de riesgos en el tratamiento de datos personales sujetos a RGPD](#)
-  [Cumplimiento de GDPR en AWS](#)
-  [Guía RGPD para responsables de tratamiento](#)
-  [Ideas para cumplir con GDPR](#)
-  [Tres mejores prácticas para reducir los riesgos del incumplimiento normativo](#)

GUÍA RGPD PARA RESPONSABLES DE TRATAMIENTO

En esta guía se presentan de forma sistemática las principales cuestiones que las organizaciones deberán tener en cuenta de cara a la aplicación del RGPD. Pensada para ayudar a los responsables y a los encargados a adaptarse a las nuevas obligaciones, al final de la guía se incluye una Lista de Verificaciones que las organizaciones pueden utilizar para determinar si han dado los pasos necesarios para estar en condiciones de hacer una correcta aplicación del RGPD.





Digital Security



Todo lo que necesitas saber de Ciberseguridad está a un click

Una propuesta informativa compuesta por una publicación digital, una página web para profesionales de la seguridad, así como Dialogos ITDS, Webinars o desayunos de trabajo con los principales referentes del sector... ¡¡¡Y no te pierdas nuestras entrevistas!!!

NO SOLO



PANEL DE EXPERTOS



PSICOBUSINESS

**Transformación,
te puedo. Segunda Parte**

Asier de Artaza,
Director de
www.yesmanagement.es



EN LA NUBE

**La (ausencia de) gestión
de parches, expuesta ante
el Congreso de EEUU**

Kevin L. Jackson,
experto en Cloud y
fundador de Cloud Musings



TECNOLOGÍA Y NEGOCIO

**Diez tendencias de
Digitalización (2018-2020)
Segunda Parte**

Jorge Díaz-Cardiel,
socio director general de Advice
Strategic Consultants



GDPR

**Protegiendo el Dato
que salva Vidas**

Emilio Castellote,
IDC Senior Research Analyst



EL VALOR DEL DATO

**Un futuro donde
los datos son tan valiosos
como el oxígeno**

José Luis Friebel,
managing director para
España y Latinoamérica en
DCD y experto mundial en
centros de datos

NO SOLO



Psicobusiness



in Asier de Artaza Azurmendi

Director de

www.yesmanagement.es

Nacido en Bilbao hace 44 años, es Top Ten Management Spain en Psicobusiness, en desarrollo directivo, equipos de alto rendimiento, y transformación cultural. Con un capítulo especial en negociación, gestión de conflictos, interacciones y relaciones positivas. Además, es asesor in company sobre marketing estratégico Industrial y tecnológico, donde negocio y personas son aspectos clave. Ha formado parte de varios consejos de administración y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad cursa las últimas asignaturas de su segunda carrera, Psicología. Máster en Consultoría de Empresas, Máster en Digital Business, Posgrado en Dirección Financiera y Control Económico; Mediador Mercantil y Certificado en Coaching Skills for Managers.



Transformación, ¡te puedo!

Psicobusiness survival kit (Segunda parte)

Lo primero, contextualizaremos el artículo, pero esta vez más ágilmente, ya que es el séptimo relacionado con la transformación y, por tanto, el material a resumir es muy extenso. Así que aprovecho para redirigir a los interesados a los artículos pasados de las revistas en la Tribuna Psicobusiness de la sección No sólo IT.

De la última etapa tratada de la transformación en adelante nos adentrábamos hacia cuestiones como el hacer viral la positividad del cambio, el resolver obstáculos y, en definitiva, ir haciendo una nueva realidad sólida.

Tras el quinteto de artículos en los que analizábamos los diferentes pasos a acometer en un proceso de transformación, el sexto lo dedicábamos a la construcción de un kit de herramientas de Psicobusiness que nos permitiese afrontar la transformación con éxito. Es decir, hacíamos una parada en el proceso, en las etapas a seguir, para recoger recursos para la implementación.

El caso es que como hemos repetido hasta la saciedad, la Transformación Digital, realmente es un proceso de gestión del cambio que podría tener cualquier otra temática en vez de la digital, como

la de orientación al mercado, el cambio de cultura tras ser absorbidos por otra empresa... En definitiva, esto va sobre personas, sobre humanos que tienen que cambiar su actitud mental de trabajar de una manera y hacerlo de la nueva, y hacerlo motu proprio y de la forma más fluida posible. La clave para conseguirlo, seguir las etapas del proceso y cuidar cada interacción entre personas, con las mejores técnicas, formas y contenidos.

Así que seguimos con nuestro kit de herramientas de Psicobusiness, y vamos ya a por la segunda bandeja. En el primer compartimento depositamos (del artículo anterior), las siguientes herramientas: el objeto de cambio; punto de perspectiva; normalización; metacognición y autogestión; comunicación emocional; asertividad; empoderamiento y legitimación; preguntas, más preguntas... y silencios; 5 why; escáner de piedras; argumentación positiva; y resisiting what it is. Desde luego que vamos equipados.

Nuestra nueva bandeja tendrá las siguientes herramientas: Contenedores, la pregunta ¿y qué?, "Dime dónde estoy equivocado", y cerraremos de momento nuestra Psicobusiness Survival kit con el "Gestionando a la persona de enfrente".

CONTENEDORES

Refirámonos a aquellos pequeños contenedores de información, en los cuales vamos depositando información de diferentes ámbitos. Este recurso nos dará una gran claridad en la conversación, sabiendo siempre dónde estamos y poder volver cómodamente a un aspecto u otro sin descarri-

arnos de lo nuclear de la conversación.

Y es que es habitual, y más en situaciones de preocupación, que la conversación vaya tomando diferentes derroteros, cambiando nuestro interlocutor frecuentemente de tema o yendo de uno a otro alternadamente, con lo que podemos ir perdiendo el hilo de la conversación, respondiendo a temas inconexos y no conseguir un hilo conductor, es decir, haciendo la interacción de difícil gobierno o de dudable resultado.

Así que, de forma escrita sobre un papel, dibujaremos estos contenedores, donde iremos depositando la información de diferentes categorías que nuestro interlocutor nos vaya mostrando; si no nos podemos permitir apuntar en un papel

¿Te avisamos del próximo IT User?



u dispositivo digital los datos, intentaremos hacerlo de forma imaginaria.

Ya no nos importará que se descarrille más o menos en su exposición, ya que apuntaremos en un apartado u otro lo que vaya comentando. También nos será útil para ver sobre qué temas precisamos más información, cuáles son más importantes para él, y haber podido navegar a lo largo de toda la conversación clarificando ideas y atendiéndolas en el momento adecuado. Una vez teniendo claros los planteamientos podremos desenvolvernos cómodamente en nuestro discurso.

¿Y QUÉ?

Muchas veces una técnica muy útil utilizada en el momento adecuado y de la forma adecuada es preguntar ¿y qué? Resulta que, en general y como lógica de la psicología humana, estamos muy



¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes

comprometidos con lo que pensamos, creemos que puede ocurrir, y que tendrá unas consecuencias negativas “Es que si hacemos esto o aquello, va a ser un gran error”; y aquí es donde entra esta pregunta “supongamos que cometemos el error, ¿y qué? ¿Y qué pasará?” Esta técnica nos dará entrada a lo que realmente están diciendo a sí mismos, qué es lo que realmente les preocupa y qué creen que pasará. Ya tendremos elementos de raíz sobre los que actuar.

DIME DÓNDE ESTOY EQUIVOCADO

Vayamos ya directos a introducir una nueva herramienta no menos útil, el “dime dónde estoy equivocado”. Es una técnica basada en expresar un presentimiento de algo que consideramos que está pasando, tras escuchar su exposición de lo que le parece un desafío a nuestro interlocutor. Por ejemplo, tras una exposición en que él se extiende en cómo va a afectar negativamente a la organización actual la transformación, podríamos formular esta técnica “perdona, dime dónde estoy equivocado, pero parece que estáis preocupados con la estabilidad de los puestos de trabajo, ¿qué piensas?”.

La técnica es realmente potente, ya que no le estamos diciendo dónde se está equivocado, ni siquiera, que nos quiere decir otra cosa tras lo que nos explica. Más bien es un ofrecimiento que le hacemos a considerar algo que se nos ocurre que ocurre pero que podría estar equivocado, le estamos preguntando y él está en la posición de respondernos a nuestra consulta. Es una fórmula me-

nos directiva, menos impositiva, una conversación sin más. De esta manera, conseguimos que no se ponga a la defensiva, respecto a una formulación afirmativa como “Realmente lo que te pasa es que te preocupa la estabilidad en el trabajo”; pero sí que conseguimos que entre a ese tema nuclear y nos permita identificar el objeto a gestionar.

GESTIONA LA PERSONA QUE TIENES ENFRENTA

Y ya terminamos esta entrega de herramientas para nuestro kit de Psicobusiness orientado a la “supervivencia en la Transformación” con la herramienta Gestiona a la persona de que tienes enfrente. El caso es que a estas alturas del proceso llevamos algunos meses trabajando por conseguir una transformación eficaz y para ello tenemos que atender diferentes interacciones con personas, y conseguir en cada una de ellas la implicación actitudinal y funciona, en su aportación a la transformación.

Una cuestión bastante habitual es que nuestro interlocutor comience a hablar, por ejemplo, de otras personas que dificultan la transformación y que al final acabemos divagando sobre las dificultades que genera la actitud de éstas y cómo pueden hacer mucho daño a la empresa, y que... al final estamos los dos llorando por la postura de aquellas personas y no resolviendo nada; no-




sotros, que se nos supone agentes del cambio en la persona de enfrente

En definitiva, ya no estamos gestionando a la persona de enfrente, sino que estamos ocupados con alguien a quien no podemos gestionar por no estar presente, la persona a la que menciona nuestra persona de enfrente, valga la poliredundancia. Dada esta habitual situación, esta herramienta lo que busca es estar alerta de que debemos centrarnos en quien tenemos enfrente, para resolver sus dudas, mejorar su actitud y ayudarle en ver en qué Él puede contribuir a la transformación, y, en el ejemplo puesto, ver en cómo él puede intervenir para cambiar a aquellas personas negativas o al menos atenuar su impacto no constructivo.

Seguiremos transformando. ■



MÁS INFORMACIÓN

-  [La Transformación sin efecto colchón](#)
-  [El equipo de trabajo para la Transformación](#)
-  [La visión eficaz, el producto de la Transformación](#)
-  [La comunicación de la Transformación, algo peliagudo](#)
-  [Transformación Digital, ¡empieza la fiesta!](#)
-  [Transformación Digital ¡Te puedo! Parte I](#)

NO SOLO



En la nube



Kevin L. Jackson

Experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

Kevin L. Jackson es experto en cloud, Líder de Opinión "PowerMore" en Dell, y fundador y columnista de Cloud Musings. Ha sido reconocido por Analytica (una de las 100 personas y marcas más influyentes en ciberseguridad), por el Huffington Post (uno de los 100 mayores expertos en Cloud Computing en Twitter), por CRN (uno de los mejores autores de blogs para integradores de sistemas), y por BMC Software (autor de uno de los cinco blogs sobre cloud de obligada lectura). Forma parte del equipo responsable de nuevas aplicaciones de misión para el entorno de cloud de la Comunidad de Servicios de Inteligencia de los EEUU (IC ITE), y del Instituto Nacional de Ciberseguridad.

El presente contenido se está sindicando a través de distintos canales. Las opiniones aquí manifestadas son las del autor, y no representan las opiniones de GovCloud Network, ni las de los partners de GovCloud Network, ni las de ninguna otra empresa ni organización



La (ausencia de) gestión de parches, expuesta ante el Congreso de EEUU

De acuerdo con el testimonio prestado por el antiguo consejero delegado de [Equifax ante el Congreso de EEUU](#), una de las causas principales de esta tristemente célebre filtración de datos fue la incapacidad de la empresa para parchear una vulnerabilidad

crítica en el entorno de aplicaciones Apache Struts Web, de código abierto, además de la semana que transcurrió hasta que Equifax decidió por fin escanear su red en búsqueda de aplicaciones que aún fueran [vulnerables](#). ¿Le gustaría tener que comparecer en la siguiente

vista ante el Congreso dedicada a la gestión de parches?

La gestión de parches es el proceso mediante el que se identifican, adquieren, instalan y verifican parches para productos y sistemas. Dichos parches no se limitan a corregir problemas con la seguridad y funcionalidad del software y el firmware, ya que también introducen nuevas capacidades -algunas de ellas preceptivas- en los sistemas de cada organización. La gestión de parches es tan útil que el Centro de Coordinación CERT (CERT/CC) afirma que [un 95% de todas las intrusiones de red son evitables](#) si se aplica el proceso de manera adecuada para mantenerlos sistemas actualizados.

Esta tremenda historia real, y las rotundas afirmaciones del CERT/CC, enmascaran, sin embargo, las desagradables complejidades operativas de la implantación de cualquier sistema de gestión de parches. Los mayores retos a nivel corporativo incluyen:

- ❖ La elección del momento, del nivel de prioridad y las pruebas con parches implican a menudo conflictos entre los requisitos a cumplir. La competencia al establecer prioridades con los recursos informáticos, los imperativos de negocio y las limitaciones de presupuesto suelen enviar las tareas de parcheo a la sala de espera

- ❖ Los mecanismos y requisitos técnicos a cumplir en la aplicación de parches pueden también entrar en conflicto, y pueden incluir:

- Software que se actualiza a sí mismo, con poco o ningún input corporativo
- Uso de una herramienta de gestión centralizada
- Aplicaciones de gestión de parches de terceros
- Interacciones negativas o desconocidas con control de acceso a red, funciones health check, y otras tecnologías similares
- Actualizaciones de software manuales iniciadas por el usuario

- Parches o actualizaciones de versión iniciadas por el usuario
- ❖ El típico entorno corporativo heterogéneo, incluyendo
- Hosts no gestionados o gestionados por el usuario
- Componentes de sistemas no estándar para los que pueden necesitarse parches del fabricante o que no pueden ser parcheados

¿Te avisamos del próximo IT User?



COMPARECENCIA DEL EX CEO DE EQUIFAX EN EL CONGRESO DE ESTADOS UNIDOS

- Activos propiedad de la empresa que suelen operar en redes ajenas a la misma
- Teléfonos inteligentes, tablets, y otros dispositivos móviles
- Parches de máquinas virtuales de “re-hidratación”
- Actualizaciones de firmware

Por encima de estas tareas puramente operativas aparecen además los pasos a seguir en la gestión del cambio, asociados con:

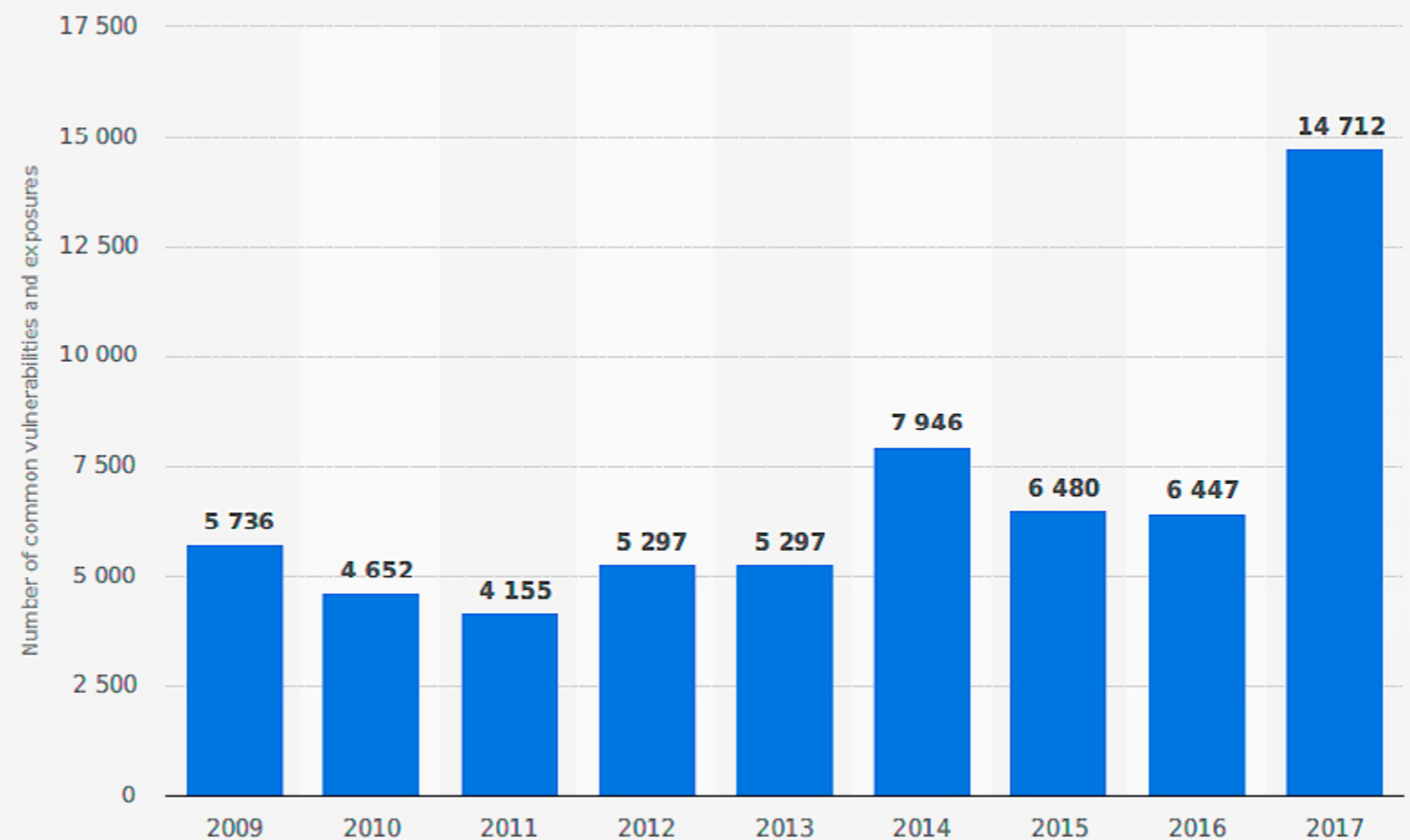
- ❖ Mantener actualizada la información sobre parches disponibles
- ❖ Decidir qué parches son apropiados para sistemas concretos
- ❖ Asegurar una adecuada instalación de los parches
- ❖ Probar los sistemas tras cada instalación, y
- ❖ Documentar todos los procedimientos y cualquier configuración específica

Estos retos pueden exacerbarse de manera significativa en cualquier entorno de sistemas en el que se combinen recursos legacy, externalizados o de proveedores de servicios cloud. La heterogeneidad del entorno, y el gran volumen de parches comercializados son las razones por las que ninguna estrategia de parcheo basada únicamente en implantaciones manuales es inviable.

Según el [SANS Institute](#), una respuesta adecuada al reto de la gestión de parches implica necesariamente la creación de una metodología de gestión de parches, y la automatización de dicha metodología, que deberá incluir:

Cualquier operativa segura de sistemas debe comenzar con una identificación y establecimiento de prioridades entre las vulnerabilidades críticas, junto con la capacidad para resolver incidencias en múltiples niveles

Number of common IT security vulnerabilities and exposures (CVEs) worldwide from 2009 to 2017



Sources

Forrester Research; Website (cvedetails.com)
© Statista 2018

Additional Information:

Worldwide; Forrester Research; Website (cvedetails.com); 2009 to 2017

Situation / Consequence / Impact

Situation

- Patches have to be deployed on systems very often
- Operating system and systems differences themselves imposed the use of different tools to deploy patches
- Patch management is a real complex process

Consequence

- Patch Management is a task that can be very time consuming for IT teams
- It has to take in consideration Production and test machines in a different way
- A complex process has to be setup to manage the patch management (time management, reboot, post installation actions, etc.)

Business impact

- If systems are not properly patched, possible outage of security issues of business service can occur
- Patch Management is a high cost process that increase the global cost of IT Management



GESTIÓN AUTOMATIZADA DE PARCHES

- ❖ Un inventario detallado de todo el hardware, sistemas operativos y aplicaciones que existan en la red, y la creación de un proceso que mantenga actualizado dicho inventario
- ❖ Un proceso de identificación de vulnerabilidades en el hardware, los sistemas operativos y las aplicaciones
- ❖ Una evaluación de riesgos y un buy-in por parte de la dirección y de los responsables de negocio
- ❖ Un procedimiento detallado para pruebas de parches antes de su instalación

- ❖ Un proceso detallado para desplegar los parches y los service packs, además de otro proceso para la verificación del despliegue

La automatización deberá incluir un enfoque automatizado e integral del ciclo de vida de los servidores que pueda provisionar y configurar software, actualizar parches e implantar configuraciones que permitan mejorar la seguridad y el compliance de servidores físicos, virtuales y en la nube.

Deberá asimismo incluir un enfoque basado en políticas, con soporte para los principales sistemas operativos ejecutados sobre

servidores físicos y las principales plataformas cloud y de virtualización. La posibilidad de automatizar las comprobaciones continuas de compliance, y de solucionar cualquier limitación regulatoria o de seguridad es también primordial. Si la implantación se lleva a cabo adecuadamente, el personal de sistemas debería poder gestionar los parches mediante una interfaz web, una funcionalidad que incrementa la ratio “servidor-administrador”, refuerza la productividad de las operaciones, agiliza los calendarios de auditoría y reduce la latencia de la respuesta ante incidentes.

En este espacio existen soluciones diseñadas específicamente para dar respuesta, simultáneamente, a las dos necesidades corporativas habituales: el cumplimiento de normas y regulaciones, y el parcheado de software para reducir las vulnerabilidades. El mercado ofrece soluciones que hacen posible provisionar y configurar el software y actualizar parches y configuraciones para mejorar la seguridad y el compliance de servidores físicos, virtuales, y en la nube, con funcionalidades avanzadas para automatización de scripts, seguimiento del cumplimiento y planificación y prueba de parches antes de su instalación. Esta última funcionalidad se usa para copiar paquetes de parches a los servidores elegidos antes de que se abran las ventanas de mantenimiento. Estos productos se integran con sistemas de gestión del cambio para simplificar la creación

NO SOLO



En la nube

de registros, e incluyen gestión y resolución automatizadas de vulnerabilidades mediante la importación de datos de de exploración de vulnerabilidades de otros fabricantes, como Qualys, Tenable y Rapid 7, y un posterior mapeado de vulnerabilidades a los parches correspondientes. Cualquier operativa segura de sistemas debe comenzar con una identi-

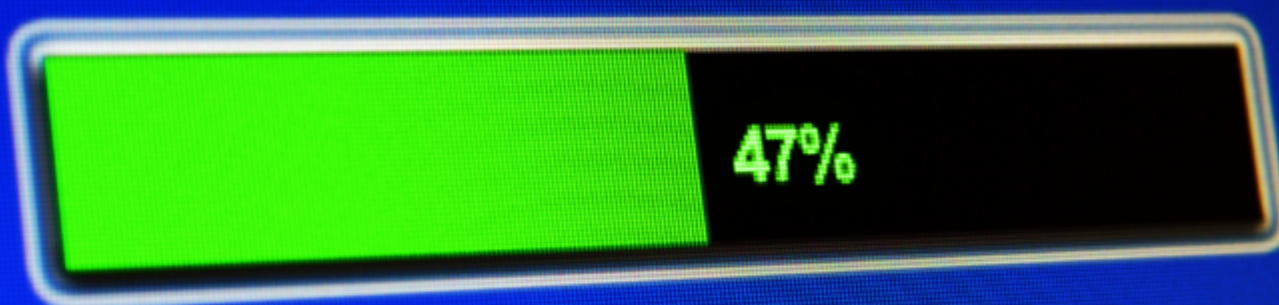
ficación y establecimiento de prioridades entre las vulnerabilidades críticas, junto con la capacidad para resolver incidencias en múltiples niveles. Estos objetivos, que se refuerzan mutuamente, son el motivo por el que las soluciones avanzadas de automatización de parches son un elemento imprescindible para cualquier empresa moderna. ■

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



DOWNLOADING...



PATCH



MÁS INFORMACIÓN



[Retraso en el parcheado y sus efectos en la brecha de Equifax](#)

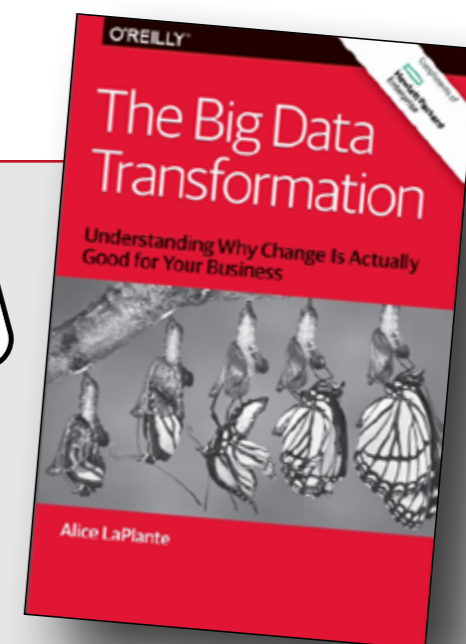


[Parcheado e intrusiones de red](#)



LA TRANSFORMACIÓN DE BIG DATA: POR QUÉ EL CAMBIO ES BUENO PARA TU NEGOCIO

Los volúmenes de datos crecen entre un 30% y un 40% interanual, mientras que los presupuestos de TI solo lo están haciendo al 4%. Las empresas tienen más datos que gestionar que dinero. Lee este libro y descubre todos los secretos de la analítica de Big Data, con el caso práctico de la agencia publicitaria Criteo.



Diez tendencias de Digitalización (2018-2020)

...que generarán 50 billones de dólares y 3 millones de empleos (Parte II)

El pasado [mes de abril](#) iniciábamos un repaso por las tendencias de digitalización que marcarán el camino en los próximos años. Arrancábamos con tres tendencias como son Machine Learning, el impacto humano en la industria del análisis, y procesamiento de lenguaje natural, y analizamos en las páginas siguientes otras tres tendencias para tener en cuenta.

vuelto relativamente más fáciles con API similares y el uso de estándares abiertos como Linux, Postgres, MySQL y otros.

Es probable que una organización también esté evaluando cómo se diseñan y ejecutan los centros de datos. El departamento de TI estará evaluando



Jorge Díaz-Cardiel

Socio director general de Advice Strategic Consultants

Economista, sociólogo, abogado, historiador, filósofo y periodista. Ha sido director general de Ipsos Public Affairs, socio director general de Brodeur Worldwide y de Porter Novelli Int.; director de ventas y marketing de Intel y director de relaciones con Inversores de Shandwick Consultants. Autor de más de 5.000 artículos de economía y relaciones internacionales, ha publicado más de media docena de libros, como [Innovación y éxito empresarial](#), [Hillary Clinton versus Trump: el duelo del siglo](#); [La victoria de América](#); o [Éxito con o sin crisis](#), entre otros. Es Premio Economía 1991 por las Cámaras de Comercio de España.

MULTICLOUD

“Hay una estampida de organizaciones que mueven sus datos a la nube y trasladan sus aplicaciones principales”. “Y si se trata de una nueva plataforma, vemos que los clientes adoptan la nube a un ritmo mucho más rápido que nunca”, afirma McAfee.

Según un reciente estudio de Gartner, “una estrategia de múltiples nubes se convertirá en la estrategia común para el 70 por ciento de las empresas en 2019, en comparación con menos del 10 por ciento actual”. Los clientes están cada vez más preocupados por verse atrapados en una única solución de software heredada que no coincide con sus necesidades futuras. Sin embargo, el cambio y las migraciones se han



NO SOLO



Tecnología y negocio

entornos de hosting basados en factores de riesgo, complejidad, velocidad y coste, que aumentan la dificultad de encontrar una única solución para las necesidades de la organización.

Evaluar e implementar un entorno de nube múltiple puede ayudar a determinar quién proporciona el mejor rendimiento y soporte para su situación. Según The Boston Herald, GE (General Electric) reorientó su estrategia de alojamiento en la nube para aprovechar Microsoft Azure y Amazon Web Services, con la intención de comprender el mejor entorno de hosting y ver qué con-

trato ofrecía el coste más bajo que repercutir a sus clientes.

Pero la tendencia de las múltiples nubes no se logra sin una conciencia saludable de los méritos y desafíos de pasar a este tipo de entorno. Si bien la flexibilidad es una ventaja, un entorno de múltiples nubes aumenta los costes generales de dividir las cargas de trabajo de una organización entre múltiples proveedores. Y un entorno de múltiples nubes obliga a un equipo interno de desarrolladores a aprender múltiples plataformas y tener proce-

¿Te avisamos del próximo IT User?



esos de gobierno adicionales en su lugar, dependiendo de los diferentes entornos que deben soportar.

Además, una estrategia de múltiples nubes podría disminuir el poder adquisitivo de una empresa u organización. Si una empresa divide lo que compra en múltiples proveedores, perjudicará sus descuentos por volumen. Esto crea un modelo en el que una empresa está comprando menos a un precio peor.



Clica en la imagen para ver la infografía más grande



EL FUTURO EL MULTI-CLOUD

En conclusión, el modelo multi-nube se aplicaría sobre todo a muy grandes corporaciones con fuerte músculo financiero para invertir en TIC.

Las encuestas y las estadísticas, como el estudio de Gartner antes mencionado, indican que la adopción de múltiples nubes está en aumento. Sin embargo, no indica qué parte de una plataforma determinada se adoptó. En muchos casos de nubes múltiples, las organizaciones están utilizando un proveedor para la mayoría de sus necesidades y muy poco para los demás. Pero, la mayoría de estos casos de uso recaen en la implementación de un segundo entorno de alojamiento en la nube como respaldo en caso de incompetencia o fallo del principal entorno de alojamiento en la nube. Si bien el aumento de la adopción de múltiples nu-

bes en 2018 va en aumento en el primer trimestre del año, las organizaciones tendrán que maniobrar para evaluar si su estrategia mide qué parte de cada plataforma en la nube se adoptó, el uso interno y las demandas de carga de trabajo y los costos de implementación.

EL ASCENSO DEL CHIEF DATA OFFICER

Los datos y los análisis se están convirtiendo en el núcleo de la organización. Eso es indestructible. A medida que las organizaciones evolucionan, priorizan un nuevo nivel de enfoque estratégico y responsabilidad con respecto a su análisis.

Históricamente, la mayoría de los esfuerzos de inteligencia empresarial se asignaron al Director de Sistemas (CIO), que supervisó la estandarización, consolidación y administración de los activos de datos en toda la organización, lo que requería informes consistentes. Esto puso las iniciativas



MÁS INFORMACIÓN

-  [“The Fuzzy and the Techie”, Scott Hartley](#)
-  [“Digitalización y éxito empresarial”, Jorge Díaz Cardiel](#)
-  [Innovación y éxito empresarial](#)
-  [“Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future”, Andrew McAfee](#)
-  [“The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies”, Andrew McAfee](#)



Clica en la imagen para ver la infografía más grande



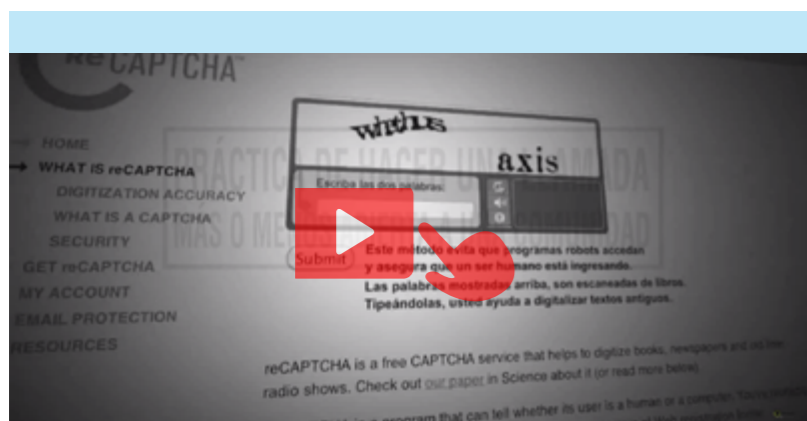
de Business Intelligence (BI: gobierno de datos, construcción de modelos analíticos, etc.) en competencia con otras iniciativas estratégicas (como arquitectura de TI, seguridad del sistema o estrategia de red) bajo el control del CIO, y con frecuencia inhibió el éxito y el impacto de BI.

En algunos casos, se ha formado una brecha entre el CIO y el negocio debido a la velocidad de penetración con respecto a la seguridad y el gobierno de los datos. Por lo tanto, para obtener información procesable a partir de datos a través de inversiones en análisis, las organizaciones se dan cuenta cada vez más de la necesidad de rendir cuentas en C-Suite para crear una cultura de análisis. Para un número creciente de organizaciones, la respuesta es nombrar un Chief Data Officer (CDO) o Chief Analytics Officer (CAO) para liderar el cambio del proceso comercial, superar las barreras culturales y comunicar el valor de los análisis en todos los niveles de la organización. Esto permite que el CIO tenga un enfoque más estratégico en aspectos

como la seguridad de los datos. El hecho de que los CDO y / o los CAO estén siendo nombrados y se les asigne responsabilidad por el impacto comercial y los mejores resultados, también demuestra el valor estratégico de los datos y análisis en las organizaciones modernas. Ahora, hay una conversación proactiva en el nivel corporativo sobre cómo implementar una estrategia de análisis. En lugar de esperar las solicitudes de un informe en particular, los CDO preguntan: “¿Cómo podemos anticiparnos o adaptarnos rápidamente a las solicitudes comerciales?”

Para facilitar de la mejor manera un equipo altamente eficaz en esta posición de nivel C, las organizaciones están dedicando más dinero y recursos. Según Gartner, 80 por ciento de las grandes empresas tendrán una oficina CDO completamente implementada para 2020. Actualmente, el número promedio de empleados en la oficina es 38, pero el 66 por ciento de las organizaciones encuestadas por Gartner esperan que el presupuesto asignado para la oficina crezca.

El Estudio Advice de Éxito Empresarial sobre 400 empresas TIC señala que el papel del CDO está “enfocado a los resultados”. Afirma que “no se trata solo de poner datos en un almacén y esperar que alguien lo use; están ahí para definir su uso fundamental, lo cual se alinea con los tres objetivos principales de nuestra encuesta: mayor relación con los clientes, mayor ventaja competitiva y mejora en la eficiencia. Estos objetivos impulsan a compañías como Wells Fargo, IBM, Aetna y Ancestry a contratar CDO con la intención de llevar su estrategia de



QUÉ ES EL CROUDSOURCING



NO SOLO



Tecnología y negocio

datos al siguiente nivel, convirtiendo el puesto de Chief Data Officer en un negocio básico en 2018.

EL FUTURO DE LA "GOBERNANZA" DE LOS DATOS SE BASA EN CROWDSOURCING

El equipo moderno de inteligencia empresarial ha progresado desde el cierre de datos y contenido hasta el empoderamiento de los usuarios empresariales de todo el mundo para utilizar datos gestionados y de confianza para obtener información valiosa. Y, a medida que las personas aprenden a usar datos en más situaciones, su aporte sobre mejores modelos de gobernabilidad se ha convertido en una fuerza monumental dentro de las organizaciones.

Es un eufemismo decir que el análisis de auto-servicio ha trastornado el mundo de la inteligencia empresarial. El paradigma cambió a cualquier persona que tenga la capacidad de crear análisis que conduzcan a la formulación y respuesta de preguntas críticas en toda la organización. La misma interrupción está sucediendo con la gobernanza. A medida que se expande el análisis de auto-servicio, un embudo de perspectivas e infor-

mación valiosas comienza a inspirar formas nuevas e innovadoras de implementar la gobernanza. Se trata de utilizar la sabiduría de la multitud para obtener los datos correctos para la persona adecuada en vez de inundar con datos a la persona equivocada.

Para el usuario comercial, la última responsabilidad que desean es la seguridad de los datos. Las políticas de buena gobernanza permiten que los usuarios de negocios hagan y respondan preguntas, al mismo tiempo que les permite encontrar los datos que necesitan, en el momento preciso en que los necesitan.

Las estrategias de BI y análisis abarcarán el modelo de gobernanza moderno: los departamentos de TI y los ingenieros de datos seleccionarán y prepararán fuentes de datos fiables, y a medida que se incorpore el auto-servicio, los usuarios finales tendrán la libertad de explorar datos fiables y seguros. Los procesos descendentes que sólo abordan el control de TI, serán descartados a favor de un proceso de desarrollo colaborativo que combine los talentos de TI y los usuarios finales. Juntos, identificarán los datos que son más im-

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



portantes para dirigir y crearán reglas y procesos que maximicen el valor comercial de los análisis, sin comprometer la seguridad. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Machine Learning: The Ultimate Guide to Machine Learning \(Neural Networks, Random Forests and Decision Trees, Algorithms\)](#)



[Advice Strategic Consultants](#)



[Gartner](#)



[IDC](#)



[Forrester](#)



[Diez tendencias de digitalización... \(Parte I\)](#)



TOP TENDENCIAS DIGITALES 2018

Con el objetivo de conocer las claves del negocio digital en 2018, las diferentes comisiones de trabajo de IAB Spain han elaborado el siguiente documento, que desgana las tendencias del marketing digital que destacarán a lo largo del año, y que apunta al audio online, la publicidad nativa, los eSports, la protección de datos y la medición online como los principales retos de la industria de la comunicación digital.



NO SOLO



GDPR



Emilio Castellote

IDC Senior Research Analyst

Con 20 años de experiencia en las áreas de TI, telecomunicaciones y ciberseguridad, en los últimos dos Emilio Castellote años ha estado trabajando en el desarrollo de Startups, dirigiendo las áreas de estrategia de Marketing y Ventas en compañías como Genetsis Solutions o Hdiv Security. Anteriormente ocupó cargos como Director de Canal, Director de Marketing de Producto, Director de Pres Venta y Gerente de Producto en Panda Security; Profesor asociado de la Escuela de Ingeniería y Sistemas de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid y Profesor de diversos Masters de Ciberseguridad impartidos por la Universidad Pontificia de Salamanca y la Universidad Europea de Madrid.

Protegiendo el Dato que salva Vidas

Aplicando GDPR en el Sector Salud

Cada vez es mayor el instrumental médico que procesa la información de forma digital (pruebas diagnósticas, historiales médicos, análisis clínicos,...) y por extensión la penetración de los sistemas de gestión de pacientes con los datos de las personas asociados se incrementan elevando el riesgo.

Los procesos de transformación digital avanzan indiscutiblemente haciéndose hueco en todas las áreas de la nueva sociedad digital, y

estos procesos giran en torno a dos factores fundamentales:

- Las personas
- Los datos

Las personas y los datos se funden continuamente hasta el punto de empezar a vislumbrar una nueva entidad (digital) que identifica y perfila con todo detalle a las personas dentro del nuevo ecosistema digital. Son multitud los datos que giran alrededor de estas nuevas entidades digitales, pero

hay muchos que empiezan a ser críticos por los niveles de confidencialidad que suponen para las personas.

Uno de los sectores que mayor número de datos de elevada confidencialidad maneja es el Sector Salud. Pocos sectores están escapando a la adopción de los procesos de transformación digital y el Sector Salud no puede ser menos en esta carrera digital. Según IDC, en 2021 la inversión en seguridad IT por los proveedores del sector salud en la zona Europa occidental alcanzará una inversión de 249 millones de euros.

Cada vez es mayor el instrumental médico que procesa la información de forma digital (pruebas diagnósticas, historiales médicos, análisis clínicos...) y, por extensión, la penetración de los sistemas de gestión de pacientes con los datos de las personas asociados se incrementan elevando el riesgo.

Según IDC, en España, la partida de inversión asociada a la seguridad y gestión del riesgo del dato de los proveedores del sector salud será la que obtenga un mayor crecimiento porcentual con un 4% (CAGR entre 2018-2021), alcanzando una previsión de inversión total de 25,4M€ en el periodo 2018-2021.

Este es uno de los muchos escenarios de datos confidenciales que encontramos en la actualidad, donde garantizar esa confidencialidad y la seguridad del dato se convierten en necesidades imperiosas para el éxito de cualquier acción digital.

A pocos días de la implantación del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), vi-



E-HEALTH Y LA NUEVA PROTECCIÓN DE DATOS

vimos momentos de tensión, en el lado de la empresa o la administración pública, para readaptar los procesos de gestión de la información en aras de una mayor protección del dato, pero también vivimos del lado de las personas un progresivo aumento de sus derechos en términos de confidencialidad y control del dato que identifica a las personas.

Para comprender el impacto que GDPR acabará teniendo en el Sector Salud, debemos definir cuáles son las tres características asociadas a la seguridad de un dato que debe ser protegido por el nuevo Reglamento General de Protección de Datos:

1. Confidencialidad significa que la información está protegida contra el acceso o la exposición a personas no autorizadas. Significa que un ciudadano debe poder confiar en que no se accede a la

información personal confidencial por personas que no tienen derechos y un propósito concreto para ver la información. Debido a la información sensible en aplicaciones clínicas y la cantidad de datos compartidos en el ecosistema de la salud, la confidencialidad se convierte en un pilar clave.

2. Integridad significa que la información no puede ser cambiada sin autorización. Los ciudadanos y los profesionales de la salud deben confiar en que los datos a los que tienen acceso son precisos y completos para garantizar un régimen de tratamiento adecuado. Esto es particularmente importante en el cuidado de la salud, ya que el fallo en la integridad de los datos puede ocasionar serios errores médicos. Una confusión en la información del paciente, un registro de manera incorrecta o el tratamiento previo en los diagnósticos que puedan mezclar los datos de otros pa-

NO SOLO



Clica en la imagen para ver la infografía más grande



cientes, puede tener implicaciones a largo plazo para los pacientes (y el personal) involucrados.

3. La **disponibilidad** implica que la información es accesible para las personas autorizadas donde sea relevante. Se trata de dar acceso a la información cuando es necesaria, a menudo en un entor-

no basado en el contexto. Cuando el tratamiento se basa en una gran cantidad de datos y la fuerza laboral clínica es a menudo móvil, entonces el acceso a los datos se vuelve crucial, no solo en entornos críticos como el de las urgencias, sino también cuando un médico especializado supervisa a otro pabellón, cuando el personal clínico está visitando al paciente en su hogar o tratando al paciente con equipo de telemedicina. Además de la seguridad, las tres áreas destacables que en GDPR son cada vez más importantes y relevantes para los proveedores de atención médica en el área de los derechos personales son: **privacidad, consentimiento y portabilidad de datos.**

La privacidad y el consentimiento dentro del cuidado de la salud tratan sobre la protección de la información y solo la comparten con las partes interesadas relevantes con el consentimiento del paciente. Los pacientes deben confiar en que los proveedores de atención médica tengan la información relevante cuando sea necesario para tomar decisiones sobre su tratamiento. Al mismo tiempo, los pacientes deben tener confianza en



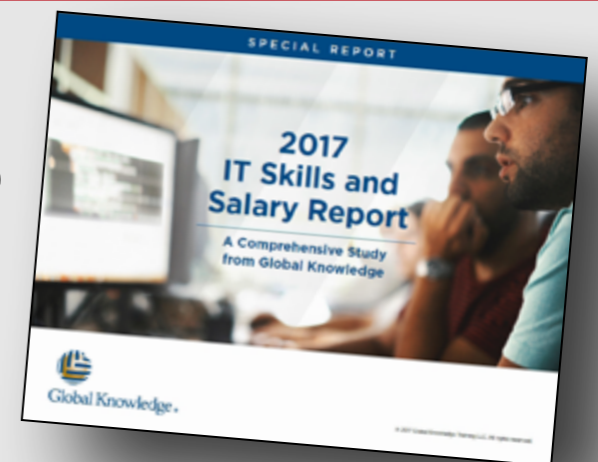
que la seguridad de su información personal de salud se maneja de acuerdo con la legislación vigente y las mejores prácticas. Cuando los datos y los procesos se digitalizan, compartir e integrar los datos se convierte en una realidad y, por lo tanto, se convierte en una herramienta clave en un sector de la salud moderno y sólido orientado a la calidad.

Para que el procesamiento de los datos del paciente sea legítimo, a menudo debe haber un consentimiento del paciente. Cuando se trata de tratamiento de datos personales comunes, el consentimiento debe ser libre, específico, informado e inequívoco. Lo nuevo en GDPR es que el consentimiento debe ser inequívoco: el consentimiento no es ambiguo cuando la persona registrada realiza una acción afirmativa, lo que indica que la persona registrada acepta el uso de datos personales para el propósito específico. Los ejemplos de dicho consentimiento incluyen que el paciente dé su consentimiento de manera activa haciendo clic en un cuadro en una página web. El administrador de los datos está obligado



RELACIÓN ENTRE SALARIOS Y CAPACIDADES DE IT

Este informe de Global Knowledge refleja que, aunque los salarios de los profesionales de IT varían, algunas veces drásticamente, los departamentos de IT alrededor del mundo se enfrentan a retos similares y demandan en sus miembros capacidades muy parecidas. El informe señala también el valor que las certificaciones en IT tienen para sus empleados; una formación que se refleja en sus salarios.



NO SOLO

it GDPR

a demostrar que se otorgó el consentimiento. Al procesar datos personales confidenciales, el consentimiento debe ser explícito, a menos que el procesamiento se base en otros motivos legales como se establece en el artículo 9.

Señalar que gestionar el consentimiento siempre ha sido un desafío para el sector de la salud, con las organizaciones proveedoras tratando de encontrar un equilibrio, proporcionando información clara a los pacientes que sea útil y respalde su privacidad de sus datos, sin molestarlos con documentos legales densos al ingresar a un centro de salud para recibir servicios de atención. Debido a que el paciente se encuentra en una variedad de contextos dentro de la vía de tratamiento, es relevante analizar cuándo se necesita el consentimiento. Los datos se usan en varios escenarios de casos de uso alrededor del paciente, y los proveedores de atención médica deben determinar si se requiere o no el consentimiento del paciente.

EL DERECHO A SER OLVIDADO Y OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS PROPIOS DATOS Y LA PORTABILIDAD DE DATOS

Una gran preocupación para los proveedores de servicios de salud en Europa es cómo implementar el derecho del paciente a acceder a sus propios datos como paciente. Los datos del paciente se deben recopilar y entregar cuando los pacientes soliciten acceso. Por ejemplo, la regulación introduce un nuevo derecho: portabilidad de datos. Los ciudadanos tendrán derecho a obtener sus datos en un "formato estructurado y comúnmen-



te utilizado y legible". Esto permite que los pacientes reciban sus datos para que puedan elegir ir a otro proveedor de atención o recibir atención en otro país europeo. No es el proceso o el gobierno de hacerlo lo que más preocupa a los proveedores, sino la perspectiva del repositorio de TI. Para que los proveedores puedan distribuir todos los datos, necesitan saber exactamente dónde se guardan los datos de cualquier paciente: en qué aplicación o equipo. La mayoría de los proveedores de servicios de salud tienen 50-100 aplicaciones clínicas principales y probablemente 300-900 sistemas de TI locales adicionales para especialidades específicas. Además de eso, los equipos médicos como resonancias magnéticas o escáneres de ultrasonido también almacenan datos del paciente. Implementar procesos en torno al derecho de acceso es difícil, pero establecer puntos de vista de manera estandarizada en todos los repositorios de datos de pacientes en todos los sistemas / plataformas / equipos es una gran tarea que debe ser administrada.

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



Con referencia al derecho a ser olvidado, el artículo 17 establece que no se aplica al registro de salud de un individuo para atención médica, propósitos de salud pública o investigación (en los casos de uso identificados en las secciones H e I del artículo 9).

El Sector Salud incorpora así las garantías necesarias para trasladar unos niveles de usabilidad y confianza a las personas (pacientes) que tienen que percibir la entrada en vigor de la nueva legislación en materia de protección de datos (GDPR) como un refuerzo de sus derechos fundamentales en materia de privacidad de su identidad digital. ■

MÁS INFORMACIÓN

- www Más del 10% de las compañías no tienen un plan de preparación para GDPR
- www El cifrado, medida a tener en cuenta para cumplir con GDPR
- Sanidad y ciberseguridad, un tándem difícil de gestionar
- Lo que las organizaciones sanitarias necesitan saber sobre GDPR

Un futuro donde los datos son tan valiosos como el oxígeno



José Luis Friebel

managing director para España y Latinoamérica en DCD y experto mundial en centros de datos

 @DCD_ES

 <https://www.facebook.com/datacenterdynamicsespanol>

Nacido en Almería, estudió Empresariales en la Universidad de Almería, realizando su último año en la Universidad de Viadrina en Frankfurt Oder, donde cursó International Business. Además, es Master en Marketing y Ventas por la Universidad Metropolitana de Londres. Durante sus 10 años en DCD, Friebel ha conseguido que la compañía pasara de 1 a casi 50 empleados en España y ha logrado llevar sus productos y servicios a más de 15 países. Jose Luis es, además, ponente habitual en congresos y eventos sectoriales y aparece, frecuentemente, en los medios de comunicación.

En los próximos años, la conectividad será como el oxígeno: un elemento indispensable para la supervivencia. Sin las redes e infraestructuras tecnológicas que hagan posible la circulación rápida y segura de los datos, no podremos conducir nuestro coche autónomo. Será imposible, por ejemplo, que podamos cuidar nuestra dieta gracias a los frigoríficos inteligentes o que los wearables -que llevaremos in-

corporados- hablen, directamente, con nuestro médico de cabecera.

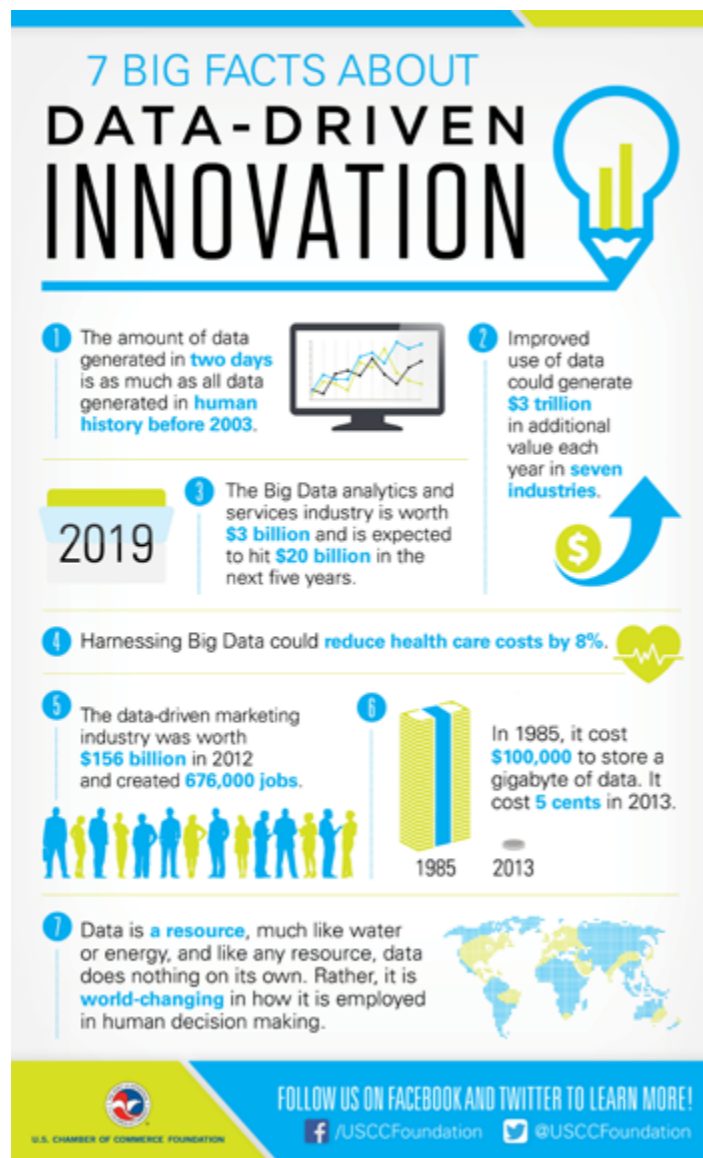
Dentro de este mundo hiperconectado, los expertos en inteligencia artificial y robótica creen que, en 2027, los ordenadores igualarán la capacidad del cerebro humano y serán capaces de desarrollar ciertas emociones. Hoy en día, parece una fantasía propia de Black Mirror, pero se convertirá en una realidad. Los científicos coin-



NO SOLO



El valor del dato



Clica en la imagen para ver la infografía más grande



RECREACIÓN DEL CONGRESO DCD>ESPAÑA 2018 EN 3D

ciden en que los avances en materia de inteligencia artificial y computación cognitiva alcanzarán un desarrollo sin precedentes. Y, por lo tanto, se fabricarán robots 'casi humanos' especializados en diferentes tareas.

Velocidad, cambio, transformación, hiperconectividad... son los cuatro conceptos clave sobre los que pivota este cambio de paradigma. Hoy en día, cerca de la mitad de la población mundial utiliza Internet, lo que representa más de 3.700 millones de personas conectadas. Y, en esta nueva era digital,



los datos se han posicionado ya como el nuevo petróleo. Un tesoro valioso, apetecible para cualquier compañía.

Las cifras hablan por sí solas. Cuesta imaginar el volumen de datos que genera tanta gente conectada a la vez en todo el mundo. Para hacernos una idea, esto es lo que ocurre, cada minuto, en Internet: se escriben más de 450.000 tuits; se suben casi 42.000 fotos a Instagram; se envían 156 millones de correos electrónicos y más de 16 millones de SMS. En esos 60 segundos, se descargan, además, 342.000 apps; se realizan 3,5 millones de

NO SOLO



El valor del dato

búsquedas en Google; se generan más de 4 millones de horas de vídeo en Youtube, y se envían 15.000 archivos GIF.

En este cambiante escenario económico y laboral, tendrá un papel determinante la eficiencia de los centros de datos, encargados de procesar y almacenar toda esta vorágine de información. Se trata de un mercado pujante, que se reinventa cada año, para encontrar nuevas formas de almacenamiento y manejo de datos.

El nivel de automatización de la infraestructura del centro de datos aumenta, día a día, y los expertos vaticinan un futuro para estas instalaciones con mayor autonomía, menos costes y mayor proximidad con los clientes (edge data centers). Se pasará de un escenario de grandes infraestructuras, a otro con data centers de menor extensión y mayor eficiencia energética.

Precisamente el congreso DCD>España, que se celebrará el próximo 23 de mayo, reunirá en

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



La Nave (Madrid) a más de 1.000 profesionales de la industria de los centros de datos, que analizarán todas estas cuestiones, cruciales para el futuro del sector en los próximos años.

Rudy de Waele, escritor futurista y gurú tecnológico; Fred Dickerman, senior vice president de Uptime Institute, o Rami Aljamal, head of Hardware Engineering & Supply Chain de Dropbox, serán algunos de los ponentes 'estrella' que participarán este año en DCD>España, que abordará materias como edge computing, cloud, colocation, DCIM o refrigeración. Además, la industria española de data center tendrá un protagonismo especial, con la participación de expertos que analizarán los 'casos de éxito' nacionales más destacados del sector: Barcelona Supercomputing Center, Cabify, Gas Natural Fenosa, Repsol o SEUR, entre otros.

Gracias a la excelente acogida que estamos recibiendo por parte de patrocinadores, ponentes y público, podemos decir que Madrid se convertirá, este mes de mayo, en la capital mundial de los centros de datos. ¡Nos vemos el día 23 en La Nave! ■



MÁS INFORMACIÓN



Congreso DCD>España 2018





Las **oportunidades** reales de la **nube** para la empresa española

Entrevista a José María García, country manager de Esprinet Ibérica

Los chromebooks ganan impulso como alternativa al portátil

Los 3 retos del canal ante la transformación digital



Los mayoristas de la industria opinan sobre la nube



Guarda esta revista en tu equipo y léela con Adobe Acrobat Reader para aprovechar al máximo sus opciones de interactividad



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