

**El CIO ante
el reto del
dato y la
transformación
del *datacenter***

**Abordando la
transformación
digital desde
el rol de los
directivos**

**Reivindicando la figura
del *chief data officer***

**VMware: cambiando la
perspectiva de producto
a plataforma con sus
novedades**

**Nueva cartera de
productos de OKI para el
mercado empresarial**

La transformación digital no nos permite ser solo espectadores

Hay ocasiones en las que uno puede ser un mero espectador de aquello que ocurre a su alrededor. Otras en las que apetece implicarse y, en algunos casos, es la propia realidad la que te adentra en ella sin pedirte permiso. Cual tsunami te arrastra sin compasión, te vapulea y, con un poco de suerte, te da una segunda oportunidad. La transformación digital es esta realidad que algunos no han querido ver y que el tsunami se ha llevado por delante.

Pero más allá de todos los cadáveres que han quedado por el camino, hay una figura que está siendo muy cuestionada, la del CIO. Son muchas las voces que advierten sobre la necesidad de un cambio generacional y muchos apuntan ya a la gran apuesta de los *millenials* en los puestos directivos. Proclaman la adopción de nuevos perfiles que entiendan que la relevancia del *chief*



information office tiene que dotar al negocio de la agilidad que demanda el negocio, más allá del papel que jugaba hasta hace poco, relacionado con los presupuestos.

Aunque bien es verdad que para liderar la transformación de las empresas, todos los perfiles directivos tienen que compartir el ímpetu necesario para dotar a sus organizaciones de la flexibilidad que exige el mercado. Y, como se indica en nuestro reportaje sobre el rol de los directivos en la transformación digital, compartir objetivos, trabajando de manera colaborativa.

Ante nosotros tenemos un gran número de retos a los que todavía no sabemos dar respuesta. Dejemos a un lado las reticencias a los cambios que nos están llegando, si no queremos ser espectadores de nuestra propia desaparición, porque el mercado ya no espera...

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

SUMARIO



7

PROTAGONISTA DEL MES
Oracle y su apuesta por ser uno de los dos grandes proveedores de *cloud*



15

DEBATES



12

El CIO ante el **dato** creciente



13

Centros de datos del futuro: un cambio que también afecta al CIO

TEMA DEL MES

¿Qué papel tienen que jugar los directivos en la transformación digital?

TALLERES DEL CIO

20 Citrix y sus ventajas frente a la transformación digital

A FONDO

22 Renovación de equipos de impresión de **Oki** para el CIO

27 VMware facilita la transición a la nube con su plataforma Cross-Cloud Architecture

31 Chief data officer, liderando la estrategia de la analítica de datos

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

36 Software AG y su plataforma Digital Business Platform

PALABRA DE

41 Seguridad y encriptación del correo

44 El **Internet de las Cosas** industrial

47 La **red oscura**

Directora:
Marilés de Pedro
mariles@taieditorial.es

Redactora jefe:
Inma Elizalde
inma@taieditorial.es

Redactora:
Rosa Martín
rmartin@taieditorial.es

Publicidad:
David Rico
david@taieditorial.es

Producción:
Marta Arias
marta@taieditorial.es

Depósito legal: M-38033-2015
ISSN: 2341-1511

Edita:
T.A.I. Editorial, S.A. 
(Técnicos Asesores
Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es
Ctra. Fuencarral a Alcobendas Km.14,5
28108 ALCOBENDAS (Madrid)
tel. 902 30 40 33 / 91 661 61 02
fax: 91 661 29 28
e-mail: correo@taieditorial.es

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los originales de esta publicación sin autorización por escrito. No nos hacemos responsables de las opiniones emitidas por nuestros colaboradores y anunciantes.

De conformidad con lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, consiento que mis datos sean incorporados a un fichero responsabilidad de T.A.I. y que sean tratados con la finalidad de mantener, desarrollar y controlar la relación contractual y comercial, así como para remitir información sobre productos y servicios relacionados con su sector de actividad. Asimismo declaro haber sido informado sobre la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndome a T.A.I. en Carretera Fuencarral a Alcobendas Km. 14,5, 28108 Madrid o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico correo@taieditorial.es. Del mismo modo consiento que mis datos puedan ser comunicados a las empresas de T.A.I. para su tratamiento con la finalidad anteriormente indicada, permitiendo así la gestión.

EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

PALABRA DE

NOTICIAS DESTACADAS

Design Thinking o cómo implantar la agilidad en las empresas



Las empresas se han dado cuenta de que para sobrevivir hace falta incorporarse a la transformación digital y que esta impone una agilidad que no muchas tienen. ¿Cómo lograr la misma? En el mercado hay diferentes tecnologías que lo permiten y una de ellas es el *Design Thinking*.

[Leer más](#)

Liferay celebra su Symposium 2016

Liferay dió a conocer en la edición de la VII edición de su Symposium las novedades de su plataforma open



source y las claves de su estrategia digital, entre las que se destacan el diseño *Mobile First* y contar con una única vision del cliente, por poner algunos ejemplos.

[Leer más](#)

Dell EMC Forum 2016



Dell EMC lleva su evento "Dell EMC Forum 2016" por más de 60 ciudades bajo el lema "*Let the transformation begin*". Madrid y Barcelona serán las provincias españolas que alberguen el mismo los días 29 de noviembre y 1 de diciembre. Una oportunidad para aprender todo sobre cómo están cambiando los *datacenter*, por poner un ejemplo.

[Leer más](#)

Herramientas para cumplir correctamente con la GDPR



El 6 de mayo de 2018 entrará en vigor la nueva legislación europea, una normativa que sustituirá a la que rige en los diferentes países de la UE, en nuestro caso la LOPD. Empresas como HPE han lanzado un conjunto de soluciones que nos ayudarán a cumplir con la misma.

[Leer más](#)

Ciberdelincuencia, ¿qué necesitamos?



España es uno de los países que más ciberataques reciben pero a nuestras empresas no les preocupa en exceso las consecuencias que esto podría conllevar, según un estudio realizado por Lloyd's Iberia. Para combatirlos hace falta algo más que herramientas informáticas, aseguran.

[Leer más](#)

NOTICIAS DESTACADAS

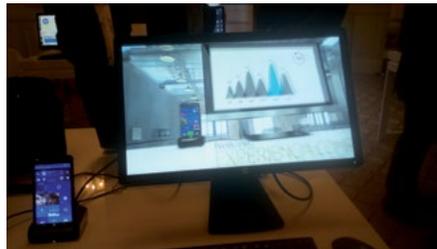
La información confidencial, mal tratada



La información confidencial necesita ser tratada como tal, sin embargo los directivos de las medianas empresas parecen no entenderlo, poniendo en riesgo la misma. Así se desprende de un estudio de Iron Mountain en el que se desvela cuáles son sus peores prácticas en este sentido.

[Leer más](#)

HP Device as a Service, facilitando la manera de gestionar los dispositivos



El CIO no quiere sorpresas a la hora de gestionar los dispositivos. Y es que en los momentos clave un fallo en la cadena puede tener una repercusión importante en la productividad de la empresa. El "device as a service" puede ser una opción para aquellas compañías que quieren que una empresa les simplifique su manera de adquirir, gestionar y usar la tecnología. HP Inc. acaba de lanzar al mercado este nuevo servicio.

[Leer más](#)

Telefónica está apostando fuertemente por la seguridad



Path6 es el nuevo proyecto de Telefónica. Una tecnología propia con la que se pueden detectar vulnerabilidades a gran escala en aplicaciones móviles. Además, la compañía está apostando fuertemente por la seguridad con su política de alianzas, algo que está haciendo crecer en gran medida este negocio dentro de la organización.

[Leer más](#)

El IoT cada vez más valorado por las empresas



La valoración del IoT por parte de las empresas a nivel mundial va en aumento, hasta el punto de que el presupuesto invertido equivale al de la nube, según el informe "Barómetro de Internet de las Cosas", realizado por Vodafone.

[Leer más](#)

Visión positiva de futuro, a pesar del brexit



Al mal tiempo buena cara. Así es como están reaccionando los empresarios españoles ante el revés del *brexit*. Y es que según un estudio publicado por Oracle, están reaccionando de manera positiva, valorando la posibilidad de realizar inversiones si ven una oportunidad de negocio.

[Leer más](#)

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

Información de valor para la toma de decisiones
directorTIC



PROTECCIÓN POTENTE GESTIÓN SENCILLA

KASPERSKY ENDPOINT SECURITY CLOUD. LISTO EN UN ABRIR Y CERRAR DE OJOS.

Para empresas con pequeños equipos de IT o que prefieren externalizar la gestión de seguridad de IT, Kaspersky Endpoint Security Cloud ofrece la protección líder del sector que se implementa rápidamente, resulta fácil de utilizar y no requiere ninguna inversión adicional en hardware.

Gestione la seguridad desde diversos endpoints, dispositivos móviles y servidores de archivos de forma remota, desde cualquier lugar, con nuestra consola basada en la nube.



**MÁS PROBADO*
MÁS PREMIADO*
LA PROTECCIÓN
DE KASPERSKY LAB**

*kaspersky.es/top3

KASPERSKY  **THE POWER
OF PROTECTION**

© 2016 Kaspersky Lab. Todos los derechos reservados.
Las marcas registradas y logos son propiedad de sus respectivos dueños.

Kaspersky Lab, c/ Virgilio, nº 25, 1º B, 28223, Pozuelo de Alarcón, Madrid

 EDITORIAL

NOTICIAS

**PROTAGONISTA
DEL MES**

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

 LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PROTAGONISTA DEL MES

Oracle: “Aportamos muchas ventajas en la transformación digital”

Inma Elizalde

La primera aproximación que Oracle hizo hacia la nube fue SaaS, más tarde vino su solución Paas y tras esto IaaS, la que más crece, en torno al 32 % frente a las otras dos que lo hacen en torno al 20 %, aproximadamente. Todo ello con el fin de dotar a sus clientes de una solución que vaya del IaaS al SaaS, con una transformación total hacia el *cloud* y facilitando a los mismos su proceso de transformación digital.

Una transformación de la que nos habla **Ángel García, key account director de Oracle** en esta entrevista.

Si una de las claves para triunfar en la transformación digital es aportar una ventaja al cliente, la misma por parte de Oracle es...

Aportamos muchas ventajas, sobre todo la versión más holística de la transformación digital. Disponemos de un ecosistema que permite la

promoción de las interacciones entre clientes, personas, empresas, cosas... y por debajo de todo ello la potencia del dato. El dato y la in-



Ángel García, *key account director* de Oracle

teligencia alrededor del mismo es crucial en la transformación digital. Nosotros damos soluciones a ese servicio de tres capas.

Solo un 10 % de las empresas que inicia un proceso de innovación consigue generar nuevos modelos de negocio que promuevan cambios en las compañías. ¿Qué está fallando para que esto ocurra?

Las grandes compañías tienen su inercia. La transformación digital en estas es todo un desafío. Normalmente se lanzan departamentos de innovación que, con frecuencia, generan una serie de actividades pero su reto pasa por cómo meterlo en el ADN de la gran empresa. Tienen que dar ese salto a lo digital en un entorno en el que es difícil ser realmente disruptivo.

A las medianas y pequeñas les está costando hacer la disrupción. Ven la transformación digital como algo que necesitan pero no saben

 EDITORIAL

NOTICIAS

**PROTAGONISTA
DEL MES**

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PROTAGONISTA DEL MES

muy bien por dónde empezar. Cada una: grande, mediana y pequeña tiene un punto de partida diferente.

**¿Qué parte de culpa tiene el CIO en esto?
¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?**

El CIO tradicional tiene que adaptarse a toda velocidad a la transformación digital. El de ahora y el que viene es un CIO que habla de negocio y vive el negocio. Se asegura de que su organización tenga el ADN para llevar a cabo todo eso de la forma digital que aplique a ese negocio.

¿Cómo ha afrontado Oracle su propia transformación digital? ¿Cómo está siendo el proceso de convertirse de una compañía de venta de licencias a un proveedor de servicios en la nube?

Ha sido un cambio radical, sobre todo en los últimos años. Oracle nació hace 40 años como un proyecto para la CIA, por la importancia del dato. Nuestro ADN ha sido el dato. Somos una compañía que tiene las mejores soluciones al-

*“El CIO tradicional
tiene que adaptarse
a toda velocidad a la
transformación digital”*

rededor del mismo. Hemos ido ampliando todo tipo de soluciones. El cambio importante se está produciendo en los últimos dos años, haciendo un giro fundamental al mundo *cloud*.

Somos la única compañía del mundo que ofrece los diferentes “sabores” de nube de *software as a service*, Paas e IaaS integrados tanto en modo *cloud* como con la opción de tenerlo en el *datacenter* de los clientes.

El modelo de pago por servicios va a ser la norma en todo. El viaje al pago por uso es imparable y está acelerándose a gran velocidad.

Su negocio de la nube les está llevando a crecer a dos dígitos. Los otros pilares son los ecosistemas de colaboración con *partners*, clientes y otras empresas, y el desarrollo de plataformas digitales destinadas a facilitar tal colaboración. ¿Podría definirme brevemente qué ofrecen en este sentido?

Lo vital de la transformación digital es crear plataformas. Se está hablando mucho de crear plataformas de microservicios, que son servicios autocontenidos que te permiten formar parte de ese ecosistema.

Esta es una de las áreas en la que muchas de las compañías que están haciendo la transición hacia lo digital, en particular las financieras o de seguros, están viendo el reto de cómo llevar a cabo la transición. Están entrando nuevos *players* que se enfocan en el cliente con una disrupción y a una mayor velocidad a la hora de crear estos servicios.

El concepto de crear ecosistemas que unan diferentes actores, como ese maridaje entre empresas tradicionales financieras con *startups* o *fintech*, que pueden no competir sino cooperar,

 EDITORIAL

NOTICIAS

**PROTAGONISTA
DEL MES**

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PROTAGONISTA DEL MES



es un ejemplo de cómo se traduce esto en la organización de estos ecosistemas.

Ha comentado que nacieron en torno al dato. ¿Qué están haciendo en este momento en torno al mismo?

Hace unos años llegó el *big data* como la gran revolución y nosotros nos subimos a ese carro. Al final aparecen diferentes soluciones para manejar la enorme cantidad de datos que una compañía tiene. Cantidad que puede ser de todo tipo y un gran potencial, aunque muchos todavía lo desconocen. Para gestionar todo eso es vital contar con herramientas alrededor de la gestión del dato y esas herramientas van

"Tenemos herramientas para el manejo del talento como Oracle HCM Cloud, siempre en la nube"

más allá que la base de datos tradicional. Herramientas de exploración de *big data* como Oracle Big Data Discovery, que de una forma bastante intuitiva permite bucear por todos los datos con escaso conocimiento técnico y mucho conocimiento de negocio y para sacar conclusiones de una forma rápida. Es en este tipo de innovaciones donde estamos centrados en este momento.

En esta estrategia digital ¿los recursos humanos son los grandes olvidados por parte de las empresas?

Sí. El cambio hacia el talento digital es esencial. Tenemos que hacer el cambio del talento de una forma ágil, algo que va a acelerarse porque las nuevas generaciones entran pisando fuerte.

Nosotros tenemos herramientas para el manejo del talento como Oracle HCM Cloud, siempre en la nube.

Según Leopoldo Boado, director de Oracle Iberia, en el año 2025 quedarán solo dos grandes proveedores de *cloud* globales y uno de ellos será Oracle. ¿Qué les lleva a pensar esto?

La apuesta de Oracle por ser uno de los dos grandes proveedores de *cloud* globales es firme. En este momento estamos sobrepasando en crecimiento a muchos que han nacido en la nube. Todas las inversiones y nuestro foco están puestos en la transición hacia el liderazgo en *cloud*. La nube tiene muchos sabores y en función del sabor estaremos el primero o el segun-

PROTAGONISTA DEL MES

do, ese es nuestro objetivo.

Es un camino en el que hace tiempo que venimos trabajando. Cuando hablamos de poner, por ejemplo, una plataforma como servicio (SOA), es porque llevamos diez años trabajando en la arquitectura orientada a servicios, desarrollando nuestro producto Oracle Fusion Middleware. Todo esto es fruto de un desarrollo de muchos años que ahora cristaliza con una oferta que nos permite darlo en *cloud*. Con SaaS llevamos unos cuantos años, Paas llega como una consecuencia de la utilización del SaaS y la necesidad de integración con sistemas.

¿Por dónde pasa el futuro de la transformación digital de este país con Oracle como partner?

Podemos dotar de soluciones de transformación digital en los diferentes ámbitos que la compañía necesite. Lo importante es identificar



qué es la transformación digital para cada empresa. Estamos ayudando a muchas compañías en esa identificación hablando de negocio, sabiendo qué es importante para ellos y qué necesitan en este momento, cuál es la amenaza que están observando, dónde quieren estar a corto plazo en el mundo digital. Una vez analizado todo esto, lo traducimos en soluciones de Oracle. En la nube tenemos necesidades para todos los aspectos funcionales y todo el Paas.

¿Cómo ve a nuestro país en cinco años en este sentido?

Las empresas que no comiencen a hacer la transformación digital dejarán de existir, serán compradas o mucho más pequeñas. Los próximos cinco años pasarán mucho más velozmente que los cinco anteriores. La velocidad de cambio se está acelerando, puede que sea equivalente al que hemos vivido en la última década porque estamos en un punto

en el que la tecnología ofrece un montón de posibilidades.

¿Cuáles son las herramientas de Oracle que no pueden faltar en una empresa para una adecuada transformación digital?

Si la transformación digital no está en la agenda del presidente o del CEO, hay que olvidarse de ellas porque no vas a conseguir nada. La transformación digital tiene que ser vista como una

 EDITORIAL

NOTICIAS

**PROTAGONISTA
DEL MES**

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PROTAGONISTA DEL MES

necesidad y una obsesión del negocio que genere un cambio en el ADN de la compañía para alinearse con eso. Una vez que tienes esto ya entra la tecnología. Si esto es solo una iniciativa del CIO no se conseguirá nada, aunque el CIO, es esencial porque es quien habla de negocio y entiende la parte de transformación. Una vez que tienes eso e identificas cuáles son tus prioridades de transformación digital, ya puedes aterrizar en qué aspectos de transformación digital son importantes para ti.

¿Qué novedades podemos esperar para 2017 por parte de Oracle?

El foco *cloud* y los diferentes aspectos del producto *cloud* van a ser claves en la transformación digital. Este ha sido uno de los lanzamientos de este año. El panorama de los diferentes aspectos SaaS cada vez es más amplio y estamos haciendo mucho énfasis en ese viaje hacia la nube con las tecnologías de Paas y de IaaS.

VIDEO

Oracle y la transformación digital



Ángel García, key account director de Oracle

DEBATES

Un dato viene a verme

El caudal de información que tiene que gestionar el CIO crece mes a mes. Cientos de miles de datos, procedentes de todo tipo de fuentes, externas o internas, le visitan y añaden complejidad a una labor, la de la gestión, ya de por sí ardua. El desarrollo del fenómeno del Internet de las cosas, la explosión de la movilidad y la necesidad de acceder al dato desde cualquier dispositivo y en cualquier momento señalan parte de esa complejidad.



¿Qué riesgos abre este caudal de datos que tiene que gestionar el CIO? ¿Tienen las empresas una estrategia clara de gestión del dato? ¿Está el dato seguro? ¿Es el *big data* una realidad en España? De estas y de otras muchas cuestiones debatieron **Commvault, Fujitsu, Lenovo** y **WhiteBearSolutions** en la mesa de redacción en la que el dato fue el protagonista indiscutible.



Acceda al debate y consiga el documento exclusivo

EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

DEBATES

¿Cómo debe responder el CIO ante los cambios que está sufriendo el *datacenter*?

La transformación digital también ha llegado al centro de datos repercutiendo en el cambio de las infraestructuras, el diseño del *datacenter*, la seguridad o la eficiencia, por poner algunos ejemplos. Términos como *microsegmentación* y *microdatacenters* suenan cada vez con más fuerza, mientras el futuro y el presente de los *datacenter* ya está definido por el software.

Todo ello complica la labor de un CIO que necesita garantizar unas infraestructuras sin fa-

llos. ¿Cómo debe reaccionar? Con una buena estrategia, responden los ponentes que acu-



dieron al debate que la revista Director TIC organizó en torno al centro de datos del futuro: **Eusebio Nieva**, director técnico de Check Point en España y Portugal; **David García**, director de operaciones

de Interoute Iberia; **Javier Gómez**, director comercial de Itconic; **Jorge Jiménez**, responsable de productos para centros de datos de Schneider Electric, y **Alejandro Solana**, director técnico de VMware en España y Portugal.

Y ante la pregunta que el CIO se hace sobre qué centro de datos elegir, la respuesta de los expertos pasa por conocer muy bien las necesidades que la empresa tiene y saber qué se busca, aunque aseguran que se tiende hacia que sea el propio servicio el que decida qué centro de datos le conviene más.



Acceda al debate y consiga el documento exclusivo

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

Información de valor para la toma de decisiones
directorTIC

!!! Suscríbese ya !!!

*Toda la actualidad para consultores
y directores de **grandes cuentas y
midmarket** en materia de instalaciones,
proyectos y soluciones tecnológicas*



Envío gratuito
de revistas online y
newsletters

Rellene sus datos y envíelos a:

Fax: 91 661 29 28 • correo@taieditorial.es

www.taieditorial.es/suscripciones

Nombre:

Cargo:

E-mail:

Empresa:

Actividad:

Dirección:

Población:

Código postal:

Teléfono:

Fax:

Fecha:

Firma:

Canal de distribución TI		Gran cuenta y Midmarket	Empresas
<input type="checkbox"/> Newsbook <small>(Revista mensual)</small>	<input type="checkbox"/> Negocios del día <small>(Newsletter semanal)</small>	<input type="checkbox"/> directorTIC <small>(Revista mensual)</small>	<input type="checkbox"/> PYMES <small>(Revista mensual)</small>
<input type="checkbox"/> Noticias del Canal <small>(Newsletter diario)</small>	<input type="checkbox"/> CONFIDENCIAL <small>(Newsletter semanal)</small>	<input type="checkbox"/> directorTIC <small>(Newsletter semanal)</small>	<input type="checkbox"/> PYMES <small>(Newsletter semanal)</small>
<input type="checkbox"/> T.P.V. <small>(Newsletter semanal)</small>			

Tai editorial
Avenida de Fuencarral, 68
28108 Alcobendas MADRID
Tel.: 902 30 40 33
E-mail: correo@taieditorial.es

De conformidad con lo establecido por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, consiente la inclusión de sus datos en un fichero del que es titular GRUPO TAI EDITORIAL, y que los mismos sean utilizados para la gestión de carácter comercial y el envío de publicaciones y comunicaciones comerciales sobre nuestros productos y/o servicios. Parte de las publicaciones del GRUPO TAI EDITORIAL se editan exclusivamente en formato electrónico, motivo por el cual, consiente en que le sean remitidas por e-mail. Asimismo, declara estar informado sobre los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que podrá ejercitar en el domicilio de GRUPO TAI EDITORIAL en Carretera Fuencarral Alcobendas Km 14,500 - 28108 Alcobendas Madrid; o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico: correo@taieditorial.es. Del mismo modo consiente que sus datos puedan ser comunicados a las empresas del GRUPO TAI EDITORIAL para su tratamiento con la finalidad anteriormente indicada, permitiendo así la gestión y operación unitaria del Grupo.

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

TEMA DEL MES

¿Cómo abordar la transformación digital desde el rol de los directivos?

Inma Elizalde

Como humanos, tenemos que aprender a trabajar con la máquina. Así lo afirmaba César Zayas, socio de everis, miembro de la Asociación Catalana de Empresas Consultoras y autor del informe “Rol de los C-Level en la transformación digital”, en la presentación del mismo en Madrid. Y es que, en su opinión, las organizaciones digitales apuntan a la transformación y tienen capacidad para que la misma dure en el tiempo. Además, considera que la transformación digital es una fuente de innovación que genera ventajas competitivas que afectan a cualquier producto, ya que ningún producto o servicio es inmune a ella.

Sin embargo, afirma que tenemos que superar los retos que lleva implícita. Retos como la aparición de nuevos modelos disruptivos o nuevos clientes como los *millenials*, más exigentes que otras generaciones. ¿Cómo organizarnos como empresa para abordarlos? ¿De qué capacidades nos tenemos que dotar y cómo liderarlo? Con las capacidades digitales que



 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

TEMA DEL MES

nos orientan hacia el cliente, responde, que nos ayudan a hacer proyectos más eficientes y a generar nuevos modelos de negocio.

¿Cómo liderar la nueva transformación digital?

Siendo capaces de definir la visión transformadora para que cale en todos los niveles y dotando a nuestro equipo de capacidades que antes no tenían, apunta. "Liderarlo y gobernarlo para que esa visión cale".

El rol de los directivos también tiene que transformarse, reflexiona, "con el fin de dotar a la organización de los mecanismos necesarios que permitan conseguir la flexibilidad que ahora se exige, la velocidad y ejecución de calidad necesarias para diferenciarse". El directivo de más nivel tiene que impulsar la transformación digital, de forma compartida con todos los directivos de primer nivel, sustentándose en un conjunto de valores relacionados con las personas y la cultura en las organizaciones. Así, los miembros del equipo directivo tienen que compartir objetivos como la capacidad de liderar y gobernar la transformación digital. Trabajar de manera colaborativa, eliminando silos de responsabilidad. Crear una visión digital que sirva de inspiración en cada uno de los ejes de capacidades digitales y desplegar la transformación digital a lo largo de toda la organización.

Nuevas exigencias

Pero ¿cuáles son las nuevas exigencias a las que se enfrentan los directivos? Mariona Vicens, *director strategist development and innovation* de

Más allá de la eficiencia

La manera de trabajar dentro de las organizaciones está cambiando con la transformación digital. Ya no vale con ser eficientes. Ahora tenemos que tener en cuenta si nuestros servicios y productos tendrán valor a cinco años vista, o menos.

Para Peter Hinssen, divulgador y fundador de nexxworks, para alcanzar la transformación digital hay que tener en cuenta que la baja tolerancia que los clientes tienen respecto a los fallos, lo cual condicionará la interacción de las empresas con sus usuarios. Así, según el informe, para alcanzar la excelencia digital debemos orientarnos al cliente, rediseñando nuestras interacciones con el mismo, algo que se puede conseguir eliminando las fronteras entre nuestra oferta de valor digital y el mundo físico. Por otro lado, debemos sorprender al cliente con una oferta diferencial, ofreciéndole productos y servicios digitales que generen fidelización y maximicen el número de interacciones para fomentar su conocimiento y las ventas cruzadas, integrando los canales digitales y los tradicionales. Otra opción pasa por abrir constantemente puertas a nuevos modelos de negocio que exploten al máximo la tecnología digital. Todo ello logrando la excelencia organizacional en nuestros procesos.

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

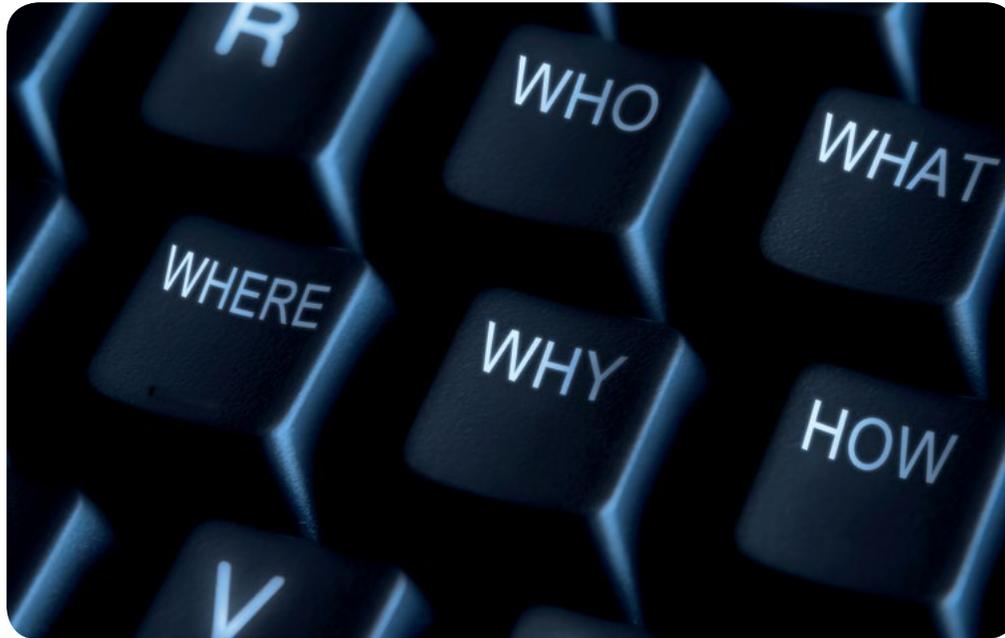
TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

TEMA DEL MES



Caixabank, resalta que “gestionar la incertidumbre, ya que todo cambia muy rápidamente y no sabemos cómo van a cambiar las necesidades”.

Michael Duncan, director general de la Unidad de Consumo de Telefónica, comenta que la disrupción cambia todo: productos, la manera en la que interactuamos con los clientes, la robótica, que también influye en la cadena productiva... En su opinión, es importante tratar de enfocar lo que la transformación digital significa para una organización, ya que no representa lo mismo para todas. “Debemos ver si lo tenemos que hacer en cuanto a procesos, a productos... y contar con una buena planificación para llevarlo a cabo”, expone.

¿Cómo persuadir a los directivos de estas necesidades? A juzgar por las respuestas de Duncan y Vicens, la resistencia de los mismos apenas existe.

“Hay que transformar y aprovechar la evolución del talento que tienes dentro”

Más bien se trata de saber cómo hacerlo, algo que se puede realizar contratando talento y consiguiendo un liderazgo claro, transformando todo el equipo de trabajo y renovando el talento digital porque, tal y como comentan, la transformación digital tiene que suceder en el *core* de la organización “pero a veces se necesitan satélites para incorporar talento”. El reto pasa por encontrar un perfil generalista, combinado con experiencia en algo más especializado”, apunta Mariona Vicens.

Michael Duncan advierte que hay determinadas empresas que están concentrando el talento en una parte del mundo, por lo que hay que conseguir que el talento se reparta democráticamente.

Pero ¿la transformación digital tiene que hacerse de arriba hacia abajo? Depende, responde Vicens. “Hay que transformar y aprovechar la evolución del talento que tienes dentro”.

Michael Duncan nos da una recomendación: “hay momentos en los que se pueden extraer cosas del *core* del negocio porque fuera tienen un foco diferente a cuando lo tienes dentro de la organización. Y cuando necesitemos escalar, podemos volver a incluirlo”.

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

TEMA DEL MES

Retos de los equipos directivos

Liderazgo digital para impulsar a una organización también digital, porque la transformación implica a todas las áreas de una organización y depende de las personas que la componen. Un equipo formado por varios líderes que tienen que crear oportunidades para todos.

Dentro del equipo directivo, todos tienen que trabajar en conjunto. El CEO (director general), tiene que impulsar la transformación y la colaboración, así como la transparencia a través de un liderazgo social, implicando a todas las áreas de la organización bajo la implantación de una estrategia. Para ello debe generar la red social que lidere la transformación digital de la empresa, abarcando a clientes, *partners*, talento y potenciales competidores. También tiene que ganar en liderazgo.

El director de marketing, o CMO, está adquiriendo uno de los mayores protagonismos, hasta el punto de que hay muchas voces que ya se han

alzado a favor de que esta sea la figura que lidere la estrategia digital dentro de la organización. Entre sus funciones figuran la colaboración con el director de operaciones y el director financiero y sus equipos para llevar a cabo acciones de marketing y atención al cliente a través de diferentes canales digitales. También tendrán que trabajar con las áreas de tecnología y RR.HH. para dotar de nuevos modelos a su estrategia. Y todo ello aplicando tecnologías como el *big data* y el análisis de datos, con el



fin de entender mejor las necesidades de nuestros clientes, priorizando la personalización. El director de operaciones (COO) tiene que mejorar la cadena de valor con el fin de que sea más dinámica, maximizando la personalización de toda la cadena y asegurando la consistencia de marca en todos los niveles.

EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

TEMA DEL MES

En cuanto al CIO, (director de tecnología), tiene que transformar la visión hacia alguien que es capaz de trabajar en la transformación digital, implementando la tecnología innovadora dentro de la organización y poner esa tecnología a disposición de la organización para fomentarla. El CTO, junto al CIO, tiene que pasar de ser un proveedor de servicios a un *“strategic enabler”*. Tener una relación cercana con el director de marketing, colaborando en la creación de una experiencia de cliente coherente y consistente.

Por su parte el director financiero (CFO) tiene que definir nuevos modelos financieros que soporten tanto la explotación como la exploración, aplicando los parámetros económicos adecuados para una organización ambidiestra y facilitando modelos de inversiones que hasta ahora se habían trabajado menos.

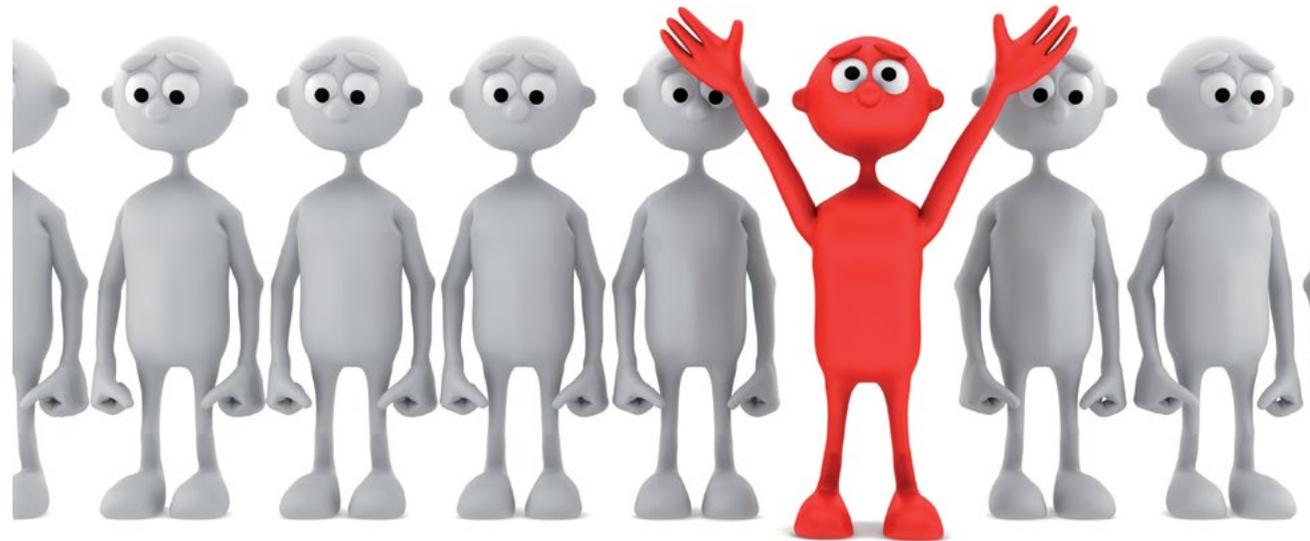
El director de Recursos Humanos (CHRO)

tiene que ayudar a escalar la visión digital en toda la organización, integrando a los *millenials* mediante la marca del empleado y la captación de talento digital a través de las redes sociales. Por otro lado, tendría que apoyar la formación de los empleados para que el equipo adquiriera las capacidades digitales que necesita y hacer crecer a los nuevos perfiles de trabajadores, con el fin de que el talento no se vaya.

Para desplegar la estrategia digital en el informe se destaca que todo el

equipo directivo debería trabajar de manera coordinada con el director de RR.HH., evitando los silos. El modelo de gestión de personas también tiene que estar alineado con la estrategia digital y el entorno de trabajo. La gestión de proyectos también tienen que ajustarse a un modelo más conectado y eficiente.

“El CTO, junto al CIO, tiene que pasar de ser un proveedor de servicios a un strategic enabler”



TALLERES DEL CIO

Citrix: simplificando la ejecución de los procesos del CIO

En plena transformación digital hay que dar a las empresas las herramientas necesarias para que puedan desempeñar mejor su trabajo, con la máxima eficiencia. Gestionar el *big data*, la nube, el social media o la movilidad no es fácil para todas las organizaciones, algo que resulta necesario en estos tiempos que corren. La necesidad de un *partner* que nos ayude con un modelo en el que estos componentes se trasladen al puesto de trabajo es algo que han entendido muchas compañías, que han decidido contar con Citrix en este camino hacia la transformación. No en vano ayudan a cumplir con algunas de las máximas que la transformación digital exige: una mayor agilidad, reducción de costes o simplicidad de los procesos...

Y todo ello sin olvidar una de sus grandes apuestas: la nube de Microsoft. Una decisión en la que han tenido que ver no solo la estrecha colaboración que ambas empresas han mantenido a lo largo de los años sino que, como *user centric* que son, no podían elegir a otra compañía más enfocada al uso del puesto de trabajo que Microsoft, comenta Santiago Campuzano, *country manager* de Citrix



Santiago Campuzano, *country manager* de Citrix Iberia



La respuesta a todas estas preguntas pueden encontrarlas en este *webinar*



Iberia. Una alianza que aporta al CIO la simplificación a la hora de ejecutar los proyectos y reducir las barreras de entrada a nuevas tecnologías, así como la modernización tecnológica de su organización.

La **ciberseguridad** preocupa más a los **españoles** que a los **europeos**

Los responsables de TI españoles están más preocupados que sus homónimos europeos en cuanto a ciberseguridad se refiere. No solo la nube figura entre sus quebraderos de cabeza, también las amenazas externas son un tema a batir, en un mundo en el que la mejor respuesta es la inversión en nuevas tecnologías que ataquen estos males. Así se desprende del estudio: "Fortinet Global Security 2016", realizado por la consultora independiente GMI, por encargo de Fortinet, en el que han participado los responsables de TI de empresas de más de 250 empleados en España, Francia, Alemania, Italia y Reino Unido.

Estudio en el que también se destaca la importancia que está adquiriendo la externalización de la ciberseguridad en proveedores de servicios de seguridad gestionada o la necesidad que tienen las empresas de priorizar la protección *end-to-end*, con capacidades de inteligencia de amenazas, que permitan enfrentarse a los nuevos retos que plantea la digitalización en la empresa, por poner algunos ejemplos.



 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO**A FONDO**LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

A FONDO

Nuevos productos y soluciones de Oki que satisfacen las necesidades del CIO

Hablar de la desaparición del papel es complicado cuando se trata de un fabricante de impresión. Desde Oki no solo no contemplan esta opción sino que están convencidos de que el documento seguirá ahí, con las necesidades que conlleva: buscar información, su gestión, su impresión... Y para ello se necesita una renovación de productos y soluciones que permitan realizar todo ello. Por esta razón, la compañía japonesa Oki acaba de presentar en Milán su nueva cartera de productos y soluciones para el mercado empresarial, con el fin de que el CIO pueda satisfacer sus necesidades de seguridad y reducción de costes, en cuanto a impresión se refiere.




En medio de la euforia por el crecimiento que está experimentando la filial española, que Carlos Sousa, director general de Iberia, espera que al término de su año fiscal (en marzo de 2017) sea del 12 %, el mismo reconoce que viene fortaleci-

do por el aumento de su plantilla, la incorporación del negocio de gran formato y por su nuevo canal. El directivo considera que su punto fuerte viene de la mano del mercado de artes gráficas, donde su calidad de impresión es superior. Y hace

A FONDO

referencia a su plataforma sXP, una plataforma abierta dentro de sus productos que permite a los desarrolladores de software crear soluciones que se podrán incorporar en los mismos.

La euforia también la comparte Tetsuya Kuri, vicepresidente de marketing de EMEA, quien reconoce que Oki continúa manteniendo una fuerte presencia dentro del negocio de impresión para oficinas, experimentando, además, un

crecimiento en la demanda de soluciones de impresión. El ejecutivo rememoró cómo a prin-

"La impresión privada permite enviar datos cifrados de forma segura a la impresora, autenticándolos mediante PIN o tarjeta"

cipios de año contaban con una amplia gama de dispositivos de impresión en color Pro Series, diseñado para el mercado de artes gráficas, que ha aportado grandes innovaciones en la impresión digital como la impresión en colores blanco y neón o la impresora de cinco colores, algo que les ha hecho ganar una cuota de mercado del 30 % en Europa. Otro de sus logros viene de la mano del crecimiento del 30 % en EMEA, gracias al lanzamiento en mayo del año pasado de la nueva serie MC800 de equipos MFP inteligentes en color A3, acelerando de esta manera la incorporación de Oki en las soluciones de las oficinas. Éxitos que les han llevado a querer conseguir las mismas satisfacciones en sus productos A4 para que las pequeñas empresas puedan tener acceso a sofisticadas funciones.



A FONDO

Productos

Dentro de los productos de la serie 5 de Oki se ubican impresoras y equipos multifuncionales para pequeños grupos de trabajo, que ofrecen una velocidad de escaneado, copia e impresión en color de 30/30 ppm con una resolución de impresión de 1200x1200 dpi. Cuentan con pantalla táctil LCD en color de 7", personalizable y fácil de utilizar, con la opción de elegir una pantalla más pequeña para los clientes que así lo deseen.

Por su parte, los productos de la serie 3, específicos para pymes, son los más rápidos en su intervalo de precios e incluyen una excelente funcionalidad.

Las series 6 y 7, más orientadas a las grandes corporaciones o a aquellas organizaciones que quieren ahorrar en costes de impresión y producir materiales de marketing de forma interna, ofrecen una conectividad mejorada y funciones de seguridad superior como la impresión privada.

La serie 8 se caracteriza por ser la impresora de color A3 más pequeña del mercado, enfocán-



Carlos Sousa, director general de Iberia de OKI

dola, sobre todo, a entornos de venta directa en los que el espacio tiene que aprovecharse al máximo. Modelos que se benefician de las

"Wireless Direct permite una conexión simultánea ad hoc inalámbrica y por cable"

mismas mejoras que los de las series 6 y 7 y con mayor conectividad y seguridad.

Entre las novedades que la compañía japonesa acaba de presentar destacan una gama de productos que proporcionan a los clientes la capacidad de imprimir en color bajo demanda y de forma interna, con el fin de producir documentos para pequeños negocios en un formato compacto y asequible, aumentando la seguridad y la eficiencia de la empresa mediante la integración del flujo de trabajo documental en grandes corporaciones, al tiempo que se permite el uso de aplicaciones únicas en soportes de impresión de entornos de venta minorista y atención sanitaria desde una pequeña impresora color A4.

A FONDO



Dentro de la seguridad, Anna Dorrington, directora de marketing de productos de EMEA, destaca la oferta que dan al cliente en esta materia sin coste adicional, con el fin de ga-

rantizar la confidencialidad de los documentos. La impresión privada permite enviar datos cifrados de forma segura a la impresora, autenticándolos mediante PIN o tarjeta, eligiendo qué documento desea imprimir la cola de impresión, eliminando el mismo después de manera automática.

Otra de sus opciones de seguridad: Wireless Direct, permite una conexión simultánea *ad hoc* inalámbrica y por cable, de tal manera que si un cliente visita a la empresa podrá imprimir en sus *hosts* con el nuevo MC573 desde el área de recepción, sin interferir en la red corporativa segura.

La facilidad de impresión está en el ADN de la compañía japonesa, algo que facilitan con la impresión compartida, con la que se pueden almacenar documentos en el dispositivo, que cualquiera podrá imprimir sin tener que autenticarse. Al tiempo que la impresión móvil permitirá imprimir de manera sencilla en los desplazamientos. Por ello, su nueva gama es compatible con AirPrint de Apple y Google Cloud Print 2.0, siendo este el primer fabricante

que admite Google Cloud Print 2.0, un servicio que ofrece un funcionamiento similar al de AirPrint. ¿Cómo se ejecuta? Pulsando el botón de impresión, así de fácil. No hace falta ni iniciar sesión en una cuenta de Google. Por otro lado, sus multifuncionales también cuentan con impresión directa mediante USB y escaneado en la parte frontal de la máquina.

La fácil configuración y actualización también son una premisa, por ello añaden un nuevo procedimiento de instalación simplificado en el que esto se realiza en tres clics. Incluso cuando haya nuevas funciones, el cliente final podrá actualizar él mismo el *firmware* del dispositivo desde la web de Oki. Si está instalando más productos de la serie 5, clonar la configuración y acceder a la agenda desde el sitio web permitirá ahorrar tiempo y dinero.

La solución de problemas que puedan surgir, la encontrarán en la pantalla táctil de 7" con opción de personalización. Si se desea, también se puede introducir el código del problema en la sección de preguntas frecuentes de Oki, en la nueva aplicación de impresión móvil, desde

A FONDO

donde le redirigirán a un vídeo en el que le explicarán cómo solucionarlo.

La inteligencia adaptada al usuario

La inteligencia abarca ahora a sus formatos A3 y A4, color y monocromo y a todos los segmentos empresariales, por lo que los usuarios sabrán en todo momento cómo utilizarlos. Además, la marca también ha hecho que los modelos para grupos de trabajo más pequeños también sean compatibles con su plataforma abierta sXP, que permite la conexión con otros dispositivos de tal manera que facilitarán la ejecución de soluciones de software de terceros en el dispositivo. Y si el usuario necesita una solución a medida, le ofrecen un *kit* de desarrollo de software para desarrolladores sin coste adicional. Incluso los nuevos productos de la serie 5, dentro de los modelos C542 y MC573, incorporan nuevas opciones de color de tamaño reducido para grupos de trabajo a la gama inteligente.

VIDEO

OKI

MC700 and MB700 Series



"La inteligencia abarca ahora a sus formatos A3 y A4, color y monocromo y a todos los segmentos empresariales"

Por ello, si bien los nuevos clientes ya podrán contar con esta función, los que tenían productos de Oki anteriormente, podrán incorporar-

la actualizando el *firmware* en el portal de Oki. Otra de sus opciones inteligentes pasa por su software de gestión de documentos Sendys Explorer LITE, que viene incluida sin coste adicional, con la que se pueden escanear facturas con OCR y enviarlas a Dropbox, por poner un ejemplo, desde donde los gestores podrán descargarlas realizando una búsqueda por el nom-

bre o código del cliente y procesar las facturas en el ERP.

Esta opción también ayuda a reducir costes de impresión mediante la gestión de qué usuario imprime qué documentos, por lo que también se pueden gestionar los derechos de acceso de los usuarios y reubicar los costes por departamento.

Y todo ello sin olvidar que también puede utilizarse en una impresora inteligente ya que su pantalla táctil permite consultar documentos en una carpeta, por poner algún ejemplo.

A FONDO

VMware facilita al CIO agilidad para capturar nuevas oportunidades de negocio

Inma Elizalde

VMware acaba de presentar, en el evento que ha celebrado en Barcelona: **VMworld Europe 2016**, sus nuevas soluciones en computación, gestión de la nube y almacenamiento, con el fin de ayudar a los equipos de TI a ejecutar, gestionar y proteger sus aplicaciones dentro o fuera de la oficina y aprovechar al máximo los entornos de nube híbrida.

Si bien la declaración de Pat Gelsinger, CEO de VMware, no dejaba indiferente a nadie en la apertura del evento, al atreverse a vaticinar que para el año 2030 el *cloud* público ascenderá al 50 % del total en el sector TI, el privado alcanzará el 29 % y el TI tradicional no superará el 19 %, lo cierto es que el protagonismo absoluto se lo han llevado por un lado la VMware Cloud Foundation y por otro la plataforma Cross-Cloud Architecture, cambiando la perspectiva de producto a plataforma. La primera es una platafor-



ma unificada del centro de datos definido por software que reúne vSphere, Virtual SAN y NSX y gestiona el almacenamiento con una plataforma para instalarlo y configurarlo de forma automática, disponiendo de un *datacenter* en cuestión de minutos. La segunda abre la puerta a otros modelos de consumo de forma directa y transparente, extendiéndolo a nuestro propio

datacenter, tal y como aseguró Alejandro Solana, director técnico de VMware Iberia, durante el evento. Algo que para María José Talavera, directora general de Iberia, se traduce en facilitar la transición hacia la nube. Y para adoptar la estrategia Cross-Cloud, su alianza con dos de los cuatro *cloud providers* más grandes del mundo: IBM y Amazon Web Services.

A FONDO



Talavera reconoce que una de las grandes aspiraciones que tienen como compañía es proveer a los clientes de una plataforma que les permita gestionar cargas tanto dentro como fuera, sin ninguna diferencia. Considera que esto es importante “porque optimizas el conocimiento de tu gente, formación previa y los procedimientos ya establecidos, algo que es clave en materia de seguridad”.

Novedades

¿Qué podemos destacar de las novedades presentadas? La productividad de los desarrolladores se verá aumentada con las nuevas versio-

nes de [VMware vSphere](#), [VMware Virtual SAN](#) y [VMware vRealize Automation](#), al tiempo que los equipos de TI ejecutarán más fácilmente aplicaciones en contenedores de producción. En cuanto a los clientes, podrán ejecutar, gestionar, conectar y proteger sus aplicaciones en diferentes nubes y dispositivos, en un entorno compartido, ya que estas nuevas versiones suponen un avance para la [VMware Cross-Cloud Architecture](#). La misma ofrece modelos de instalación homogéneos, políticas de seguridad, visibilidad y gobierno para todas las aplicaciones tanto para oficinas como fuera de ellas, independientemente de la

nube o la plataforma de hardware. Por otro lado, VMware Cloud Foundation ofrece una infraestructura hiperconvergente de próxima generación para construir nubes privadas que combinan el software hiperconvergente escalable de VMware con la plataforma de virtualización de redes VMware NSX.

VMware vSphere 6.5 cuenta con una experiencia simplificada para los clientes, al aumentar la automatización y las funciones de gestión, reforzando la seguridad completa integrada, admitiendo nuevos tipos de aplicaciones. A los clientes aporta una plataforma de aplicaciones universal

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

A FONDO

que admite aplicaciones tradicionales y modernas como gráficos 3D, big data... con aprendizaje automático y software como servicio.

VMware Virtual SAN 6.5 reduce el coste total de propiedad otro 50 %, al admitir cargas de trabajo físicas y contenedores, revelar la compatibilidad con iSCSI o eliminar los costes del hardware de redes de las configuraciones de las sucursales u oficinas remotas, por poner algunos ejemplos.

Además, la compañía ha anunciado un nuevo programa de certificación VMware Ready para vSAN, que da a los clientes la tranquilidad de saber que las soluciones de *partners* para servicios de archivos y protección de datos se instalarán, ejecutarán e interoperarán sin problemas con Virtual SAN, programa que acortará el tiempo en que el cliente aprovecha el producto, al ayudarlo a encontrar rápidamente un *partners* de soluciones capacitado.

Por otro lado, VMware vRealize Automation 7.2 ya puede utilizarse con Microsoft Azure.

Y la nueva solución VMware Workspace ONE Essentials, junto con las nuevas prestaciones de prevención de pérdida de datos para Office 365

El necesario cambio generacional del CIO

Desde VMware la relación con el CIO es óptima, afirma la directora general de Iberia, al no inclinarse ni por el *on-premise* ni por el *cloud*. “Simplemente facilitamos la agilidad que necesitan para capturar las nuevas oportunidades de negocio en un mundo que es tremendamente cambiante y competitivo”, comenta. “Perciben qué es VMware porque se están dando cuenta de que para ser competitivo tienes que tener una buena plataforma de infraestructura si no, no tienes seguridad, agilidad, ni elasticidad”, reconoce.

Es crítica ante el papel que tiene que jugar el CIO, ya que considera que “en nuestro país se necesita un cambio generacional, adoptar perfiles nuevos que entiendan que la relevancia del CIO no tienen nada que ver con los presupuestos, ni con contar con grandes organizaciones a su cargo, sino con su papel facilitador de negocio. Alguien capaz de poner al servicio del negocio una agilidad en la tecnología de la información”.

¿Sus debilidades en cuanto a virtualización se refiere? “No ser conscientes al 100 % de lo que ha representado la tecnología de la virtualización para sus departamentos, tanto en ahorro de costes como en agilidad. Si no existiese la tecnología VMware, hoy en día los centros de procesos de datos serían 10 veces más grandes en espacio, como mínimo, porque tenemos un ratio de aproximadamente 20 máquinas virtuales por *core*. Si esto no fuera así, la inversión en hardware, en espacio, en consumo eléctrico... tendría que ser 10 o 20 veces mayor”, responde.

amplían los casos de uso para instalar un espacio de trabajo digital seguro de VMware y desarrollar iniciativas BYOD y dispositivos sin gestionar.

Mercado español

Con un 2016 marcado por la inestabilidad política, VMware España está creciendo, a pesar de

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

A FONDO

VIDEO



Pat Gelsinger, CEO de VMware

no haber podido llevar a cabo proyectos con la Administración Pública. Esto les ha hecho focalizarse, en la segunda mitad de año, en otros sectores, lo que les llevará a finalizar 2016 creciendo a doble dígito.

Respecto a los productos de la compañía que más éxito están teniendo en el mercado español, María José Talavera destaca todos los relacionados con la movilidad, aunque también resalta que están comenzando a poner en marcha un

gran número de proyectos alrededor de la seguridad, ya tanto la movilidad como la seguridad son dos de las grandes preocupaciones y áreas de inversión que tienen los CIO. Y es que en relación con la seguridad, su plataforma de virtualización de redes para el centro de datos definido por software: NSX, está teniendo un gran éxito, sobre todo en el caso específico de la microsegmentación.

Para Talavera, la clave fundamental de su acuerdo con Amazon Web Services es NSX. "IBM tiene instalado NSX en sus 47 centros de datos, en los que provee servicios de nube pública. Esto les permite tener una única política de seguridad dentro y fuera.

En el ámbito de la movilidad han construido una única plataforma, VMware Airwatch, para gestionar todos los terminales de acceso, convirtiéndose en la línea de negocio que más ha crecido, incluso muy por encima de otros países. ¿Qué ventajas aporta la misma al departamento de TI? Poder gestionar a los usuarios, independientemente del dispositivo que utilicen, garantizando la seguridad.

La alianza de dos grandes a favor del cliente

La alianza entre VMware y Amazon Web Services permitirá a los clientes hacer funcionar aplicaciones a través de nubes privadas, públicas e híbridas basadas en VMware vSphere, utilizando software y herramientas de VMware ya existentes para aprovechar los servicios globales de AWS, incluyendo almacenamiento, bases de datos, analítica...

Así, la arquitectura conjunta VMware Cloud on AWS, que estará disponible a mediados de 2017, integrará la nube privada líder a nivel mundial con la nube pública líder, ofreciendo lo mejor de ambos y funcionando sobre VMware Cloud Foundation.

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

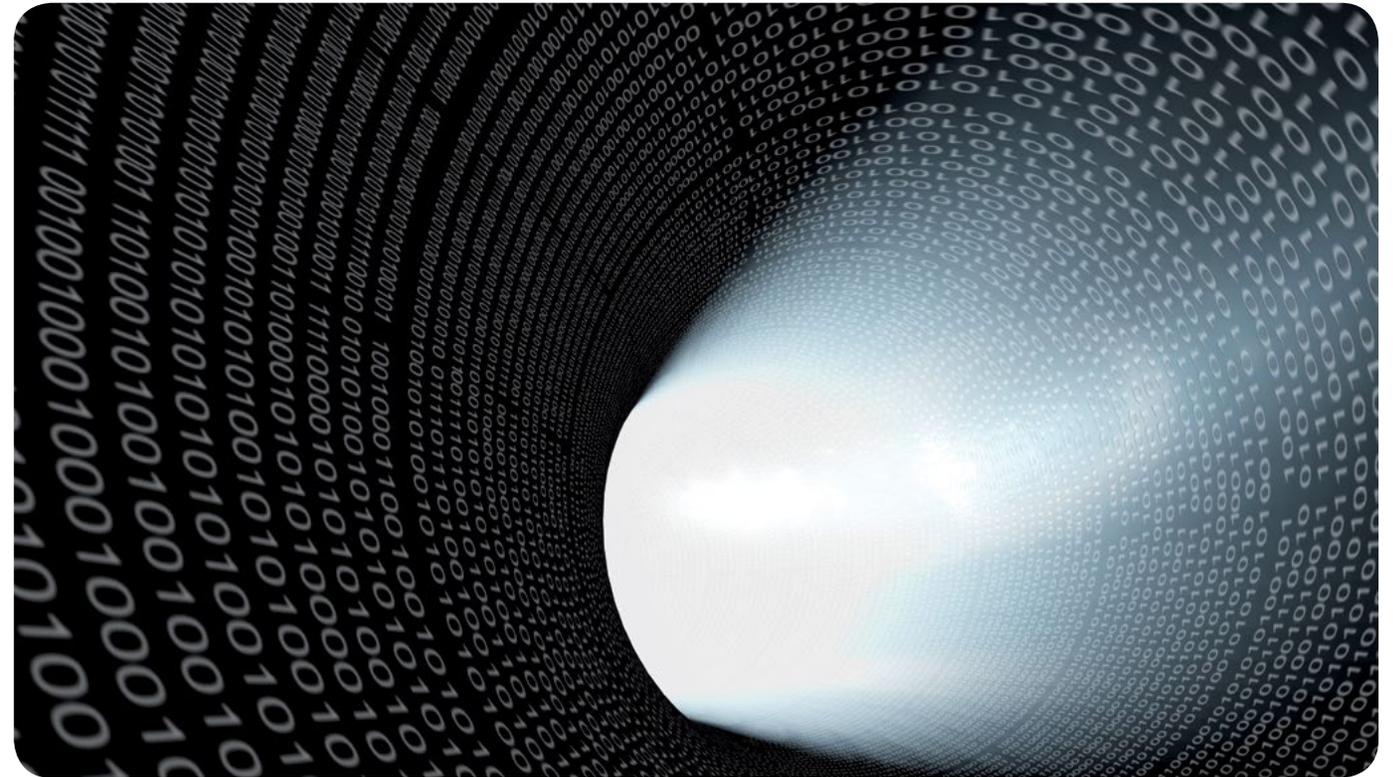
LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

A FONDO

Una figura que puede hacer que una empresa triunfe es aquella que lidere todas las iniciativas de la estrategia de la analítica de datos dentro de la estrategia del negocio. Y es que tenemos que manejar el dato de tal manera que el negocio pueda tomar las decisiones correctas. El papel del *Chief Data Officer* es fundamental. Una figura que va tomando un mayor protagonismo y que, según Gartner, dentro de tres años alcanzará al 90 % de las grandes empresas. Entre sus principales funciones figuran educar sobre el papel que los datos y la información juegan en el éxito de la empresa. Construir una relación de confianza con el CIO y el CEO, especialmente, o establecer líneas para la gestión y la monetización de los datos de la compañía, por poner algunos ejemplos. Así se destacó en el evento *Chief Data Officer Day*, llevado a cabo por iiR en Madrid.

¿Cómo gestionar los datos para alcanzar el éxito empresarial?



Para David Castelló, responsable de los servicios de data&analytics en España, de la consultora Ernst & Young, el dato es un activo estratégico que, bien gestionado, nos permite obte-

ner un mayor conocimiento de los clientes, optimizar costes y protegernos más de la regulación, sobre todo en sectores como el bancario. Recuerda que el encargado de gestio-

narlos, el CDO (Chief Data Officer), es una figura que ha ido evolucionando poco a poco, pasando de no existir antes del año 2009, a ser considerado como un elemento fundamen-

A FONDO



“Los retos del CDO pasan por definir y ejecutar la estrategia analítica”

tal de los riesgos con la transformación digital. En este momento, Castelló manifiesta que es un garante de la calidad de la información, con un rol de atención al regulador, aunque considera que su figura no está todavía lo suficientemente extendida, a pesar de ser una clave en la gestión estratégica del dato. Por ello, comenta que hay que preguntarse cuál va a ser su ámbito de competencia, si está debajo del CIO, buscando un punto intermedio entre TI y el negocio.

El valor del dato como activo de la compañía

Aunque, tal y como asegura Silvina Arce, Chief Data Officer del banco Santander, el CDO puede dar una mayor información y oferta a los clientes

con la transformación digital, aunque no siempre es fácil introducir esta figura. Uno de los lugares más complicados para hacerlo es la Administración Pública, por la rigidez del puesto de trabajo y en otros sectores como el bancario por la alta regulación, por lo que aunar tecnología y negocio no es sencillo, explica Rafael Fernández, CDO de Bankia.

¿Cuándo tiene valor el dato? En el momento en el que entra en la cadena de decisión de un cliente, aseguran desde Fintonic, aunque desde el banco Santander advierten que sin un buen gobierno puedes contaminar con una mal dato. Es fundamental saber para qué se va a usar, aunque lo más importante es la calidad de la información, dice Silvina Arce, por lo que hay que completar esa información ya que no siempre podremos tener controlada la calidad de los mismos.

Sectores como el de la Administración son muy celosos sobre dónde tiene sus datos, aunque se están dando pasos importantes hacia la nube y la virtualización, algo que también acabarán haciendo las entidades financieras, aunque en este

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

A FONDO

sentido hay un regulador que marca la política a seguir.

Además, recuerdan desde Fintonic, "hay que trabajar lo máximo posible por conseguir la información en tiempo real. Y para monetizarlo hay que ponerlo a disposición del cliente cuando este necesite consumirlo".

Predecir el comportamiento

Algo que está en consonancia con la afirmación de Miguel Suarez, *account manager* de Cloudera, quien reconoce que para impactar en nuestro negocio tenemos que entender muy bien qué vamos a realizar y cómo monetizarlo. Para saber si los datos con los que hacemos el negocio son clave, hay que proporcionar una trazabilidad total de todos los datos de la empresa para la toma de decisiones, sin olvidar limpiar los mismos, añade Mariano Fernández, *digital analytics manager* de Acceso.

Los retos del CDO pasan por definir y ejecutar la estrategia analítica, apunta Miguel Suarez, aunque opina que es complicado porque hay que demostrar muchas cosas. "Es un desafío im-

A tener en cuenta

- **El 10 % de los directivos de datos son conscientes de que hay que tomar acciones en relación a la calidad del dato.**
- **No estamos acostumbrados a tomar decisiones con los datos. El *data governance* ayuda a esto.**
- **Es fundamental contar con la tecnología que nos ayude a gestionar el dato.**
- **El tiempo real no implica solo tener ese dato sino responder también en tiempo real.**
- **Todo el mundo aspira a tener un lugar donde tener sus datos, manejarlos y hacer con ellos lo que quiera.**
- **Tiene que haber un gobierno con datos privados.**
- **La clave es un gobierno que nos dé un conocimiento claro del flujo completo de la vida de los datos desde que se capturan en los sistemas de origen a cuando llegan a los reportes.**
- **Hay empresas que no saben para qué usar muchos datos.**
- **Hay mucha regulación y cada día más exigente.**
- **Todos podemos gestionar datos dentro de una compañía.**
- **Hay que habilitar la gestión del cambio y definir el ROI de todos los decisores.**
- **Entre los mayores retos figuran cambiar la mentalidad, con el fin de implantar un modelo de gobernanza de la información. Otro reto es el de la cultura. Sin olvidar cómo gestionar un 10 % más de volumen.**
- **Todo el mundo espera tener un lugar donde tener sus datos y hacer con ellos lo que quiera.**

A FONDO

portante enlazar la parte de la tecnología para maximizar la inversión realizada y alinear la estrategia de negocio con nuevas tecnologías de *big data*".

Aunque para Carles Galcerán, *enterprise solutions engineer for data intelligence* de ASG, las empresas todavía no son lo suficientemente maduras para hacer inversiones en el conocimiento de los datos. "Estamos en un momento en el que decidimos invertir en el conocimiento del dato. Si conocemos los mismos y cómo son tratados, podremos desarrollar antes un producto tecnológico".

¿Cómo abordar los retos? En primer lugar haciendo las preguntas necesarias para interpretar el dato. Otro reto pasa por contar con una app de negocio en la que generemos valor, responde Roland Ruiz, *account manager* de Information Builders.



"Tan solo el 15 % de las organizaciones han logrado llegar a la información que necesitan para poder controlarla"

Problemas

Un problema que señalan desde Euskaltel es el hecho de que el negocio va a una velocidad complicada de seguir, por lo que dedicamos más tiempo a la integración de los datos que al mismo. Y todo ello sin olvidar, añaden desde Vodafone, que hay fuentes de información dispersas, ya que casi cada departamento ha constituido su propio silo de información, por lo que se pierde la trazabilidad y la

consistencia en las decisiones al aplicar cada uno una serie de reglas diferentes. "Hay que gestionar la información y la capa de valor que hay por encima, ya que si hay información duplicada no va a tener ningún valor y lo más importante es que la gente de negocio sea capaz de responder a sus propias demandas sin tener que pasar por terceros".

A FONDO

Claves para el gobierno de la información

Juan Antonio Torrero, *big data innovation leader* de Orange España recuerda que los datos son el nuevo recurso para la creación de valor y una posición competitiva aunque el experto quiere dejar claro que tan solo el 15 % de las organizaciones han logrado llegar a la información que necesitan para poder controlarla.

Las empresas se enfrentan al reto de resolver preguntas clave como ¿dónde está la información?, ¿cómo disponer de ella y adecuarla a lo que realmente es el negocio?, ¿cómo puedo flexibilizar el acceso a la información a los usuarios que demandan un autoservicio?, ¿conozco los datos sensibles que necesito proteger?, ¿somos conscientes del riesgo del uso de los datos? ¿La pieza clave que ayuda a responder a todas estas preguntas? El gobierno del dato.

¿Cómo llevar a cabo la datamonetización?

Puede conocer las últimas tendencias a través de estos vídeos grabados por iiR a diferentes empresas durante el evento



David Castelló, responsable de los servicios de *data & analytics* en España EY



Anastasio Solano, *senior VP* de Denodo



Julia Urio, *information integration & governance sales leader* IBM España, Portugal, Grecia e Israel



Guillermo Espinosa, *marketing manager, Iberia at Informatica*



Miguel Poyatos, *sales director Spain Experian Marketing Services*

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

Software AG: “El CIO debería pensar en la digitalización a largo plazo, no a corto”

A sus 47 años, Software AG quiere ser reconocido como un fabricante de software que ayuda a las empresas a ser eficientes, a sacar el máximo partido a la tecnología. Un software de misión crítica: fiable, robusto y que ayuda a sacar el máximo jugo de la tecnología. Así lo manifiesta Enrique Bertrand, director técnico para Iberia de la compañía.

Y en esta ayuda para conseguir la eficiencia, la digitalización como premisa, con su Digital Business Platform.



“Todo lo que tiene que ver con el cliente, está cambiando dramáticamente de escenario”. Así lo afirma Enrique Bertrand, quien manifiesta que su foco en este momento pasa por mejorar los procesos de las empresas. Esto implica



no solo cambiar el negocio como tal sino también la tecnología que se sustenta el mismo.

“Deseamos estar junto a las compañías en este momento. Si queremos hacer algo fiable a me-

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

dió plazo, tenemos que pensar en los procesos porque dentro de la transformación digital hay procesos muy visibles, muy atractivos, pero por debajo también tiene que hacerse esa labor. La parte visible, que es lo que ve el cliente, requiere por detrás una consistencia y una solidez en el replanteamiento. Eso, al final, radica en repensar dichos procesos”.

Software AG representaría la parte menos visible, excepto en algunas áreas como en el IoT, donde puede haber cierta visibilidad. Sin embargo, no es lo normal porque “nosotros no estamos en el *core* de los sistemas, más bien en el corazón de los mismos, donde está el sistema nervioso que permite que todo eso funcione”, explica. Y como “buen corazón”, si el mismo falla, en este país se pararían muchos sistemas críticos: la afiliación y recaudación de la Seguridad Social, la gestión del DNI electrónico, la facturación de compañías aseguradoras... porque “estamos hablando de un software crucial para las empresas, el software donde las compañías ejecutan sus procesos críticos”, especifica Bertrand.



Enrique Bertrand, director técnico para Iberia de Software AG

Entre los mejores en el *middleware*

Hace dos años Forrester les consideró como uno de los 14 los proveedores más destacados en *middleware*. Y es que tal y como reconoce, siempre han sido muy fuertes en integración. “Somos un proveedor neutral de tecnología. Bajo esa perspectiva nuestro foco ha sido in-

“Este es un momento de arranque de una gran cantidad de proyectos relacionados con la transformación digital”

tegrar sistemas de fabricantes diversos. Oracle e IBM tienen su tecnología y nosotros siempre hemos estado más en la integración de sistemas dispersos”, expone. “Al final te encuentras con que las compañías tienen SAP, aplicaciones desarrolladas a medida en tecnología Oracle o IBM. En un proyecto de transformación digital la integración de esas piezas es crucial, con un añadido: la integración con elementos que hay en la nube. Al final todo eso, en un proceso, tiene que poder comunicarse, integrarse... por ello el *middleware* es una pieza cada vez más

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

importante. Siempre hemos estado en la zona de líderes de todos los analistas porque nuestra tecnología es muy buena”.

¿Su valor añadido con respecto a Oracle o IBM? Ser neutrales, asegura. “Podemos combinar tecnología de más fabricantes y con menos condicionantes o dependencias previas. Evitamos dependencias”.

El CIO dentro de la transformación digital

El director técnico de Software AG considera que este es “un momento de arranque”, de una gran cantidad de proyectos relacionados con la transformación digital, aunque subraya que el punto más débil es que no piensan en un proceso a largo plazo.

Respecto al CIO, señala que el “quid” de la cuestión radica en cómo combinar un éxito rápido

que haga visible para el negocio las ventajas de este tipo de aproximación y, al mismo tiempo, cómo se va a ver dentro de un tiempo”. Por ello, para realizar una correcta transformación, Bertrand aconseja que más allá de hacer proyectos exitosos a corto plazo, consideren pensar, desde el primer momento, en una hoja de ruta desde los procesos. Repensar los procesos como hilo conductor y de qué manera la arquitectura tecnológica se va a adaptar a ese modelo. Tras esto vendrán los desarrollos, las aplicaciones, la parte más visible... pero esa guía conductora desde el principio es importante.

Digital Business Platform

La oferta de Software AG en este sentido pasa por Digital Business Platform, un conjunto de herramientas que ayudan, desde el punto de vista del software, a las empresas en las distintas fases de la transformación digital. Una plataforma que tiene que ver con el diseño de los procesos y de las arquitecturas TI.

Cuenta con capas técnicas en las que se integran la gestión de datos en memoria, la parte

Explorando el *machine learning*

En la plataforma hay iniciativas relacionadas con el *machine learning*. Un ejemplo en el que están trabajando en este momento es en la combinación del análisis en tiempo real con el modelo predictivo.

Un tema clásico del *machine learning* es la segmentación. Casi todas las empresas necesitan entender cuáles son los segmentos y a qué segmento pertenece un cliente para hacer ofertas apropiadas de manera personalizada. “Nosotros podemos incluir este modelo predictivo dentro de la plataforma para explotar la posibilidad. La compañía hace el modelo predictivo pero una vez que este está hecho, lo ponemos a funcionar con nuevos casos dentro de la plataforma en tiempo real. Es decir, todos los eventos que recibe la plataforma se los doy al modelo para que el modelo me diga qué tipo de oferta debería o no hacer a un cliente”.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE



de integración y automatización o el análisis en tiempo real para la toma de decisiones en tiempo real.

“Nuestra plataforma es un conjunto para poder llevar a cabo este tipo de proyectos. Para diseñar, gestionar y desarrollar este nuevo tipo de aplicaciones que requieren las empresas. Herramientas para diseñar y gestionar los nuevos procesos dentro de la arquitectura TI y herra-

mientas para flexibilizar la arquitectura y desarrollar esas aplicaciones. Y todo ello sin olvidar la tecnología para conectarme con el mundo real, otro de los grandes caballos de batalla ahora mismo”, confiesa.

Hoy en día el *big data* y la analítica en tiempo real son fundamentales para cualquier empresa, por lo que la toma de decisiones inteligentes al segundo es una de las piezas más impor-

“La plataforma también resuelve el problema de la de integración y la automatización de procesos y decisiones ”

tantes de la plataforma con Apama Streaming Analytics, que permite analizar permanentemente, en tiempo real, todo el flujo de información, con el fin de decidir qué hay que hacer y cómo.

Percibieron que Apama era una herramienta muy importante para ofrecer servicios ligados a los sensores y por lo tanto para sacar partido a esos datos, algo que les llevó a adentrarse en el mundo del Internet de las Cosas.

Para avanzar en su estrategia de IoT, recientemente han llegado a un acuerdo con la empresa Comulocity, compañía que cubre la parte de los sensores y la captura de la información, algo que unen con el procesamiento de la informa-

EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

PALABRA DE

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

ción para tomar decisiones por parte de Software AG, haciendo de esta, una alianza perfecta para desarrollar un proyecto de Internet de las Cosas de principio a fin, resalta. “Cubrimos la captura de información, el proceso de los datos en origen, la gestión de los sensores y la explotación de esa información”.

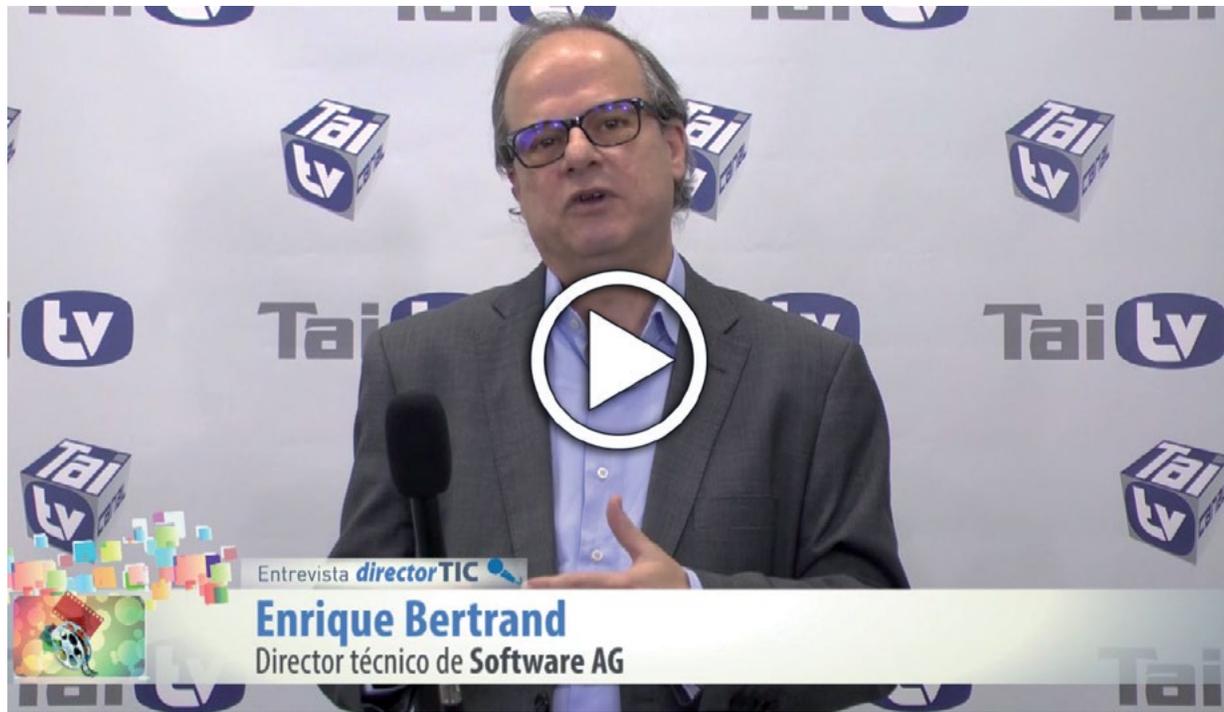
Otros elementos

La plataforma también resuelve el problema de la de integración y la automatización de procesos y decisiones, algo que trae consigo la agilidad: Todo ello junto a la seguridad, que tiene que estar en la base de todo esto, aunque en la compañía explotan estándares de seguridad establecidos.

Y una ventaja añadida: si una empresa no necesita todo esto, puede adaptarla a sus necesidades porque la plataforma cuenta con módulos que se pueden adquirir independientemente. Es más, se puede combinar con tecnología de otros fabricantes siempre que se respeten los estándares.

VIDEO

Repensando los procesos en la transformación digital



Entrevista **directorTIC**

Enrique Bertrand
Director técnico de **Software AG**

Enrique Bertrand, director técnico para Iberia de Software AG

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

Seguridad y encriptación del correo

Un *email* es como una postal, al menos en lo que se refiere a su nivel de seguridad. Se envía sin ningún tipo de encriptación y por tanto puede ser leído por cualquiera. Más aún, dado el nivel de conocimientos técnicos y el atrevimiento de los cibercriminales. Para prevenir esta situación hay dos componentes a proteger: la vía de transmisión y el propio *email*. Ambos deben estar encriptados. Pero también la ubicación de los datos almacenados juega un papel fundamental. En este sentido, importantes cambios están llegando a Europa.

En los últimos años ha crecido entre la sociedad la sensibilidad respecto a la protección de datos y la privacidad en el mundo digital. En lo referente a las comunicaciones por correo elec-



trónico, es tarea del proveedor ofrecer la solución apropiada que proporcione los niveles de seguridad necesarios. Esto incluye proteger las vías de transmisión, es decir, que el intercambio de datos entre el dispositivo del usuario y el servidor de correo del proveedor esté protegido mediante un protocolo de encriptado, y

también que lo esté la comunicación entre los servidores de correo y el propio proveedor. En este sentido, el protocolo Transport Layer Security (TLS) se ha establecido como estándar. Pero para preservar este protocolo se necesitan establecer medidas de seguridad adicionales. GMX confía, entre otras medidas, en el proto-

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

colo DANE/DNSSec. Con una comunicación encriptada con TLS entre dos puestos remotos que disponen de DANE, los certificados de encriptación están almacenados y son verificados mediante DNS. Y además, con DNSSec las entradas están firmadas, por lo que son infalsificables y claramente atribuibles. De esta forma, los llamados "ataques de intermediario" se convierten en prácticamente imposibles para los cibercriminales y en consecuencia la comunicación por *email* ha mejorado de forma significativa. Pero para comunicaciones especialmente sensibles es recomendable encriptar los propios mensajes. Una posibilidad que puede ser interesante para aquellos usuarios privados que quieren comunicarse de forma confidencial, por ejemplo, con su abogado, pero también para compañías que quieren protegerse frente



al espionaje industrial. En este sentido, el estándar Pretty Good Privacy (PGP) es reconocido en todo el mundo. También conocido como método de claves porque genera un par de contraseñas para cada usuario, una pública y una priva-

da. Con este protocolo, los *emails* del remitente se encriptan con su clave pública y solo pueden descifrarse a través de una clave de seguridad privada. Con el fin de garantizar la mayor seguridad posible, también es fundamental que el encriptado y desencriptado se produzcan siempre en los dispositivos privados del remitente y del destinatario. Por todo ello, este tipo de comunicación se considera cifrada de extremo a extremo. PGP existe desde hace más de 20 años y nunca ha sido hackeado, sin embargo, solo los

"La adopción de la Ley de Protección de Datos Europea es un primer paso para aumentar estas medidas de seguridad"

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

expertos lo utilizan, y es que su configuración y manejo es muy complejo.

Una de las posibles formas de utilizar PGP es descargar el *plugin* de Mailvelope. Este *plugin* crea y gestiona todas las claves necesarias para comunicarse de forma segura. Después de que el usuario descargue el *plugin* y cree su propio par de claves, puede compartir su clave públi-



ca con otros usuarios. La clave puede enviarse como un archivo adjunto en un correo, subirse a la nube o intercambiarse en persona mediante un *pendrive*. De esta forma, ambas partes dispondrán de la contraseña pública del otro usuario y podrán iniciar la comunicación cifrada entre ellos. Desde octubre, GMX ha integrado Mailvelope directamente en la cuenta de correo de sus usuarios. De esta forma, cada cliente puede encriptar sus *emails* sin ser un experto. Otras posibilidades de encriptar un *email* son los programas de encriptado directo que ofrecen programas como Outlook u otros *plugins* para navegadores como GNUPG.

La ubicación de los datos es un factor crucial para la protección de datos.

En el futuro, el encriptado de mensajes mediante PGP probablemente solo se utilice en comunicaciones de carácter sensible. Pero, independientemente del canal de transmisión y del encriptado de los propios mensajes, el lugar físico en el que se almacenan los datos también debe tenerse en cuenta. Por ejemplo, Alemania

"Para comunicaciones especialmente sensibles es recomendable encriptar los propios mensajes"

y España cuentan con leyes de protección de datos muy estrictas, pero no es así en el caso de Irlanda. Este puede ser el motivo por el que muchas compañías norteamericanas establecen sus filiales europeas allí. La adopción de la Ley de Protección de Datos Europea es un primer paso para aumentar estas medidas de seguridad. Ahora, los estados pertenecientes a la Unión Europea tienen que trasponer dicha directiva en una ley nacional antes de abril de 2018. Esta es una medida importante, con el fin de evitar la existencia de países refugio en materia de protección de datos similares a los paraísos fiscales en el mundo financiero.

Sebastian Koye
Responsable de Seguridad Email de GMX

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

El Internet de las Cosas Industrial: por qué necesitas ponerte al día rápido

Ha habido un montón de rumores en los últimos dos años en torno a la “Internet de las Cosas”, o IoT. Sin embargo, más recientemente, una subcategoría del IoT, el Internet de las Cosas Industrial (IIoT), ha estado recibiendo mucha atención bien merecida. Para aquellos que todavía no han oído hablar de esta tendencia, el IIoT es básicamente el uso de las tecnologías de Internet de las Cosas (IoT) en fábricas. Reúne muchas tecnologías clave, incluyendo el denominado *machine learning* (aprendizaje de máquina), big data, sensores, computación de máquina a máquina (M2M), y mucho más, en una forma orquestada dentro de las operaciones de fabricación. El IIoT promete impulsar transformaciones económicas masivas en los próximos años en múltiples sectores diferentes, incluyendo la fabricación, la salud, y la minería.

“*Datos Científicos para la Fabricación Moderna*” de la editorial O’Reilly es un nuevo informe que expone los fundamentos del Internet industrial, es decir, qué es, cómo las iniciativas gubernamentales lo están apoyando, y cómo está siendo impulsado por las tecnologías de *big data* y la nube. Comienza con la siguiente declaración: “las principales naciones del mundo



están a las puertas de la próxima gran revolución industrial, y su éxito o fracaso en la reforma del modo en que se producen los bienes, probablemente determinará cuál es su posición en la economía mundial para las próximas décadas”.

Hay muchos beneficios que el IIoT promete traer: ciclos de producción más cortos, respuestas más oportunas a los pedidos y a los proveedores, la capacidad de predecir los cambios de consumo y optimizar las cadenas de suministro para satisfacer las nuevas demandas, y la posibilidad de actualizar rápidamente cuando hay cambios de diseño. Pero el IIoT también tiene

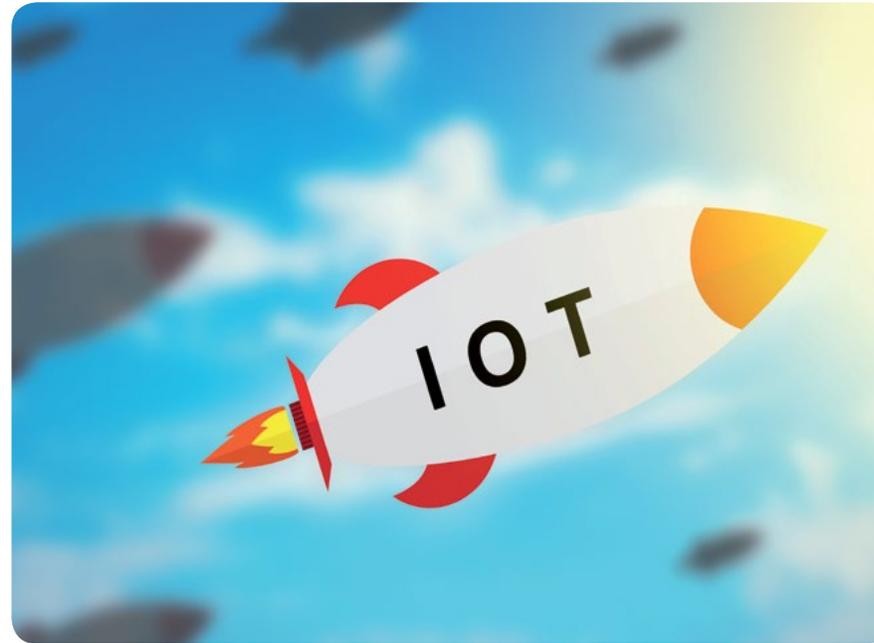
PALABRA DE

la capacidad de transformar las empresas e incluso países, de diversas maneras, abriendo así una nueva era de crecimiento económico y competitividad.

En el mejor de los casos, el IIoT combina las personas, los datos y las máquinas inteligentes para mejorar la productividad, la eficiencia y las operaciones por toda una amplia gama de industrias globales. Vamos a profundizar en algunos ejemplos:

La eficiencia del combustible: el combustible es normalmente el mayor gasto operativo para cualquier línea aérea. Durante los últimos 10 años, los costes del combustible han aumentado un promedio de 19 % por año. Mediante la introducción de análisis *big data* y las técnicas de producción más flexibles, los fabricantes tendrían la oportunidad de reducir estos costes y aumentar su productividad.

El mantenimiento predictivo: el mantenimiento predictivo ayuda a identificar problemas con equipos para la acción temprana y proactiva, creando equipos que tienen un mejor funcionamiento y que reducen las



"El IIoT también tiene la capacidad de transformar las empresas e incluso países"

la enfermedad crónica de forma temprana, y proporcionar un refuerzo positivo con modos de actuar nuevos y más efectivos y, en algunos casos, literalmente, salvar vidas.

Agricultura más inteligente: Las organizaciones agrarias han estado utilizando los datos para determinar la rotación de cultivos, la distribución del

emisiones globales. También puede resultar conseguir un ahorro de hasta un 12 % en reparaciones programadas, lo que reduce los costes de mantenimiento hasta en un 30 %, y la eliminación de averías hasta el 70 %.

Mejor atención al paciente: En la industria de la salud, las herramientas tecnológicas están permitiendo a los proveedores recopilar datos de la salud en tiempo real y utilizar el análisis predictivo avanzado para ayudar a descubrir cómo la situación de cada paciente puede cambiar. Con una medición proactiva, con el seguimiento y la gestión de estos datos, los proveedores pueden mejorar la gestión del cuidado del paciente, abordar los factores de riesgo y la evolución de los síntomas de

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

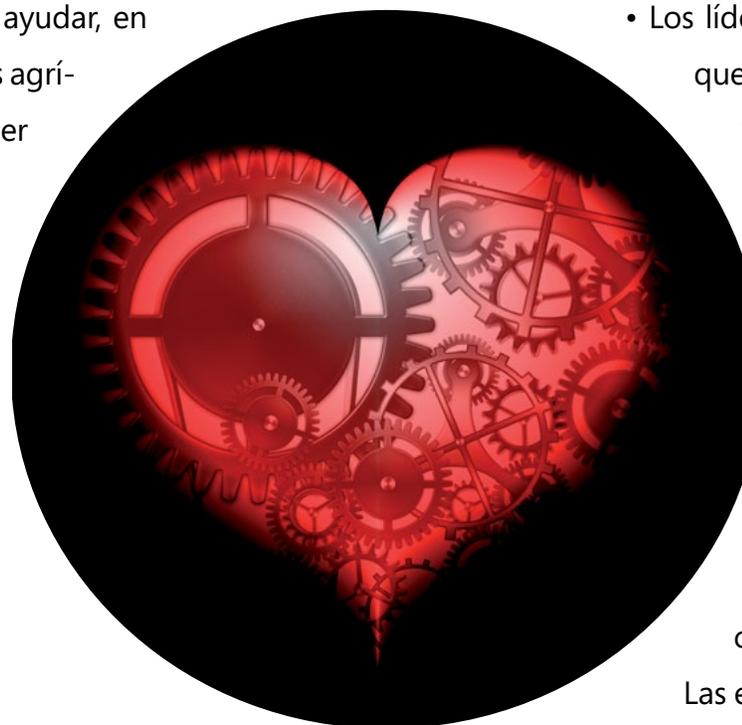
PALABRA DE

agua, y el uso de fertilizantes, no sólo para ayudar, en última instancia, a aumentar los rendimientos agrícolas de cada temporada y ayudar a satisfacer la creciente demanda mundial de alimentos, sino también para obtener datos que luego pueden vender a los comerciantes de materias primas, y así actuar esencialmente como corredores de información. Los comerciantes de materias primas utilizan estos datos para predecir qué empresas, cultivos y bienes agrícolas serán rentables en el próximo año.

¿Cómo se prepara para la IIoT?

La fabricación conectada no solo creará enormes oportunidades para el crecimiento, también traerá cambios y un momento de cambio en las TI y los equipos de operaciones. No hay un "manual de instrucciones" simple para la implementación de una estrategia e infraestructura efectiva del IIoT; Sin embargo, hay algunas cosas importantes a tener en cuenta al preparar a su organización para abrazar y aprovechar los beneficios de la IIoT:

- La creación y gestión de una infraestructura IIoT dentro de una organización requiere de un conjunto único de habilidades y conocimientos que es muy difícil de encontrar y será cada vez más demandado a medida que esta tendencia crece.



- Los líderes y los ejecutivos de TI tienen que asegurarse de que cuentan con el talento adecuado que entiende como "recolectar, analizar y reaccionar frente a los datos", y sabe cómo ponerlos a trabajar de forma efectiva.
- En el campo de la ciencia de los datos, hay mucha más demanda que talento disponible. Esto no hará más que aumentar con el tiempo. Por lo tanto, es importante contar también con soluciones de integración de datos, IoT, y de *big data* que son intuitivas y fáciles de implementar y adoptar por aquellos que no son expertos en la ciencia de los datos.

Las empresas tendrán que buscar personas con la capacidad no solo para diseñar un producto, sino que también puedan volver a calibrar rápidamente tanto los procesos como el ritmo de un ciclo de fabricación ágil.

Los beneficios de negocio que promete el IoT serán mucho mayores que los retos necesarios para implantarlo. Para mantener la competitividad, las empresas de hoy en día necesitan al personal comprometido, estrategia y planificación para afrontar el mundo recién conectado, si no quiere sufrir el riesgo de acabar sobrepasadas por la competencia.

Fergal Mc Donnell
Vicepresidente regional para el Sur de EMEA y MEA de Talend

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE



El “Internet Oscuro”, el nuevo campo de batalla digital

En los últimos años se ha desarrollado una nueva internet, “el Internet Oscuro”, donde criminales, terroristas y *hacktivistas* compran, venden y colaboran para realizar sus actividades ilícitas de una forma completamente anónima. En él se exponen los activos digitales de empresas y ciudadanos, pero, a la vez, se ha convertido en una herramienta de trabajo para el mundo de cibercrimen clásico, donde también se orquestan los ataques físicos como, por ejemplo, la explosión de una bomba de un ataque terrorista, que es preparada y orquestada a través de las redes digitales.

En 2002 asistimos al nacimiento de Tor, una red que permite enmascarar nuestro origen a través de varios saltos anónimos y crea una Internet

paralela, solo accesible para sus usuarios. En 2009 nace Bitcoin, la moneda virtual que permite comprar y vender de forma anónima. En

2011 nos encontramos con Silk Road, el famoso mercado negro dedicado a la compra/venta online de drogas, armas e incluso asesinatos, que acabó siendo clausurado por el FBI con su fundador encarcelado de por vida.

¿Otros ejemplos de la web oscura? El nuevo terrorismo usa masivamente las redes digitales. La “cyberhijada” de ISIS no se explica sin la utilización masiva de estos medios, y fue el refugio que buscó cuando la red *hacktivista* Anonymous decidió atacarle. Información de miles

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

de brechas es comprada y vendida a diario. Wikileaks recoge la información y promueve el uso de la red Tor. Los "Papeles de Panamá" hacen temblar al mundo y ponen en riesgo la economía de un país.

Los recientes robos de información como los de Yahoo, LinkedIn y Dropbox, que en total suman más de 2 billones de credenciales en lo que va de año, abren una nueva era en la necesidad de proteger los negocios de la exposición masiva de credenciales y datos personales. Efectivamente, el ataque de Yahoo ha puesto de manifiesto el peligro de las grandes bases de datos, que cuando se filtran y son utilizadas con fines criminales, las empresas, o bien no son conscientes o bien no son capaces de reaccionar cuando el propio *hacker* les informa. Esta información se usa en la fase de "reconocimiento" de los ataques dirigidos, que cuando tienen éxito terminan robando cuentas bancarias, o generando gastos de salud, o compras en Amazon falsas.



"Debemos centrarnos en la llamada ciberinteligencia y su campo de juego son los 4 dominios de exposición digital"

Como respuesta el mundo de la inteligencia, basado en métodos clásicos y la monitorización del mundo real, tiene que evolucionar, adaptarse e incluir la monitorización de este nuevo campo de batalla digital que posee cuatro dimensiones: la web abierta, las redes sociales, la web profunda y la web oscura. Esta fue la razón de lanzar 4iQ, que en inglés significa "inteligencia en los 4 nuevos espacios de inteligencia".

La ciberseguridad clásica debe basarse en la monitorización de activos técnicos, sistemas que analizan

números IP, cabeceras TCP, etc. La ciberinteligencia monitoriza activos de negocio, es decir, personas, grupos de personas, empresas, marcas y productos. Es una tecnología completamente distinta y más compleja. Un número IP es un objeto muy simple y poco cambiante, una persona es todo lo contrario. Monitoriza el exterior. Se trata de la monitorización fuera de la red de las empresas, mirar hacia afuera,

 EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA
DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES
DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA MANO DE

PALABRA DE

PALABRA DE

frente a la tecnología clásica de seguridad que siempre ha mirado al interior.

Debemos centrarnos en la llamada ciberinteligencia y su campo de juego son los 4 dominios de exposición digital, incluyendo las llamadas web profunda (Deep web) y la Web oscura (Dark web), una red paralela donde se mueven los cibercriminales, grupos terroristas... Hace años percibí la relevancia de esta web oscura y me pareció que era un capítulo nuevo que debe ser monitorizado por todas las empresas y los grupos de inteligencia y cuerpos de seguridad del estado.

Los riesgos a los que se enfrentará un CISO en 2017

Debido a la proliferación de móviles y tecnologías *cloud*, ya no resulta suficiente proteger el perímetro de una compañía solo con *firewalls*: continuamente hay documentos que se filtran accidentalmente en google drive, credenciales que se roban cada vez más a menudo y que pueden ser utilizadas para ingeniería social o para cometer cualquier tipo de fraude. Debe-



mos admitir que seremos *hackeados* y robados y si tomamos esta perspectiva, debemos centrarnos en remediar estas exposiciones, limitar la propagación y el daño. Después del DLP (Data Leakage Protection) llega el DLD (Data Leakage Detection).

Debido a la llegada de nuevas normativas, como la europea NIST, que siguiendo al "*breach law*" del FTC americano obliga a las empresas

a controlar su exposición y en el caso de sufrir un ataque, reportar la pérdida de datos a los reguladores y a sus clientes, lo que repercutirá negativamente tanto en su reputación como en sus ingresos.

Las empresas deben afrontar la convergencia del mundo de inteligencia, seguridad lógica y seguridad física. La web profunda y oscura, está haciendo converger los mundos de ciberinte-

PALABRA DE

ligencia y ciberseguridad que tradicionalmente se han considerado mundos muy separados, con perfiles y conocimientos muy diferentes. Las empresas deben elevar su capacidad de medir el riesgo, de riesgo técnico a riesgo de negocio. Es decir, la seguridad ha llegado al equipo directivo, al consejo de administración. La monitorización de las amenazas a los activos y el riesgo corporativo como por ejemplo la protección de ejecutivos, de infraestructuras críticas y protección de la marca es ya una necesidad.

Un cuarto peligro son los ataques basados en Identidad. Los ataques sofisticados, los ataques dirigidos comienzan siempre con el "recoissance" o reconocimiento del objetivo, donde se intenta obtener el máximo número de datos posibles. Se está dando un incremento exponencial de casos de robos de información o de capital a través de lo que se llama "impersonalización" de correos y comunicaciones. Un ejem-



"Las empresas deben elevar su capacidad de medir el riesgo, de riesgo técnico a riesgo de negocio"

plo: un fondo de inversión americano transfirió varios millones de euros a una cuenta porque lo había pedido un delincuente que se hizo pasar por un cliente suyo.

El mayor problema de los últimos 18 meses han sido los ataques basados en suplantar y engañar. En Estados Unidos el crecimiento de los delitos de robo de identidad supera a los delitos de cualquier otra categoría.

Los SOC o centros de operación de seguridad, serán sustituidos por iSOC, centros de inteligencia de seguridad. Estos centros tendrán una visibilidad más amplia del riesgo, incluyendo riesgos de negocio. Ofrecerán soporte a los equipos de seguridad corporativa, así como de seguridad física. Protegerán la marca y permitirán investigar a las razones de los ataques y a los enemigos: quién, cómo, cuándo y por qué.

EDITORIAL

NOTICIAS

PROTAGONISTA DEL MES

DEBATES

TEMA DEL MES

TALLERES DEL CIO

A FONDO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA MANO DE

PALABRA DE

directorTIC

Platinum Sponsor



Gold Sponsor



Sponsor la Tienda del Futuro



MEDIA PARTNER directorTIC

Reserva ya tu plaza

www.retailforum.es

info@ikn.es

91 700 48 70

RETAIL FORUM 2017

Madrid | 9 de FEBRERO

SESIÓN 1 CLIENTE

Cómo crear una experiencia de compra "WOW" para conseguir la fidelización del cliente

SESIÓN 2 OMNISCANALIDAD

Escucha activa, inmediatez y diferenciación para mejorar UX/UC

SESIÓN 3 TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL NEGOCIO

Cómo construir una infraestructura ágil, flexible y segura para dar soporte a las necesidades del negocio y del cliente digital



ZONA EXPO

Contact & Content en estado puro



Diseño, tecnología e inteligencia en el POS

iiR España
Know-how. People. Results



iKN SPAIN
Nueva marca de iiR a partir de 2017

PERSONALIZACIÓN Y MOBILE ALWAYS PARA LA MEJOR SHOPPER EXPERIENCE

El "evento Think Tank" que presenta las experiencias más vanguardistas e innovadoras del MUNDO RETAIL