

# Guía del integrador del siglo XXI:



**Figura clave en la implantación  
de la última tecnología,  
en un entorno empresarial  
en constante evolución**

## El integrador, fundamental en la transformación digital

Según el informe "Game Over. Transfórmate y gana la partida digital", llevado a cabo por Altran, empresa especializada en ingeniería y servicios de I+D, junto a la patronal tecnológica DigitalES, tras una encuesta realizada a más de 120 ejecutivos de casi todos los niveles de dirección, entre las principales empresas del IBEX 35, el 65 % de las empresas apuesta por la transformación digital como medio para generar nuevos modelos de negocio y mejorar la relación con el cliente.

Positivo también el dato de que el 55 % de las empresas encuestadas cuenta con una agenda digital y capacidades IT avanzadas, aunque no todas están al mismo nivel. La banca sigue estando en ca-

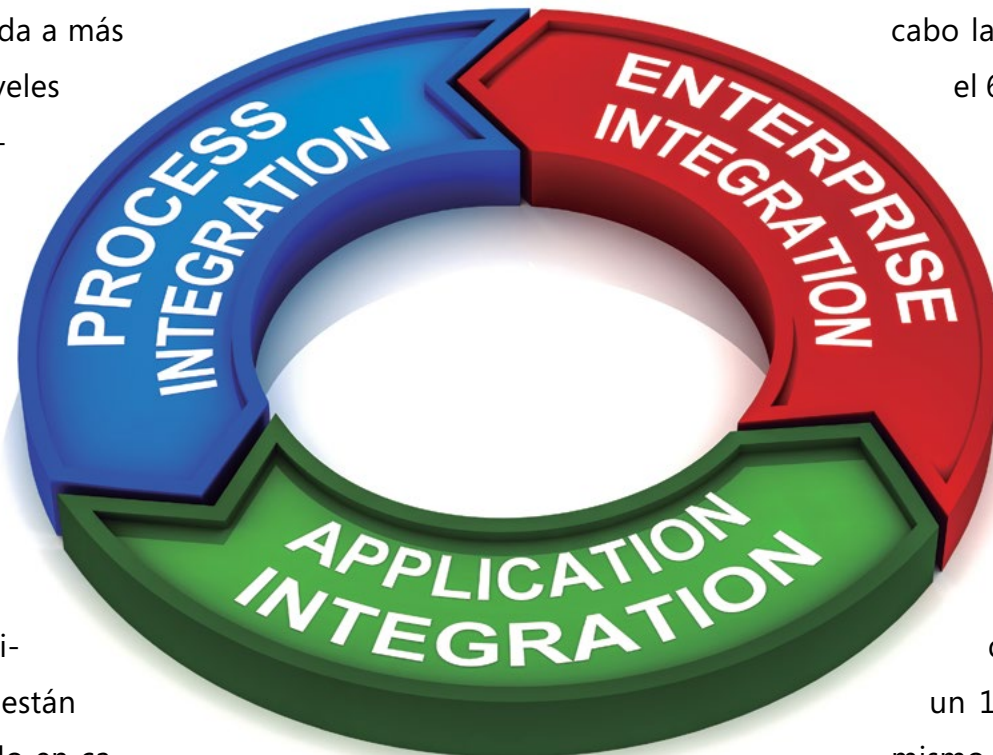
beza y el sector industrial a la cola. En cuanto a las causas por las que algunas empresas no están tan avanzadas en sus modelos de digitaliza-

ción, desde el estudio se resalta un fenómeno de "negación de la disrupción digital" por parte de la alta dirección de las empresas.

Y respecto al uso de tecnologías para llevar a cabo la transformación digital, se destaca que el 60 % de las compañías ya está utilizando nuevas plataformas de almacenamiento, arquitecturas basadas en multi-nube y analítica avanzada.

### La transformación digital es un hecho

Consultoras como IDC también aseguran que la transformación digital es un hecho, con inversiones que se incrementaban el año pasado en un 1,3 % con respecto al año anterior. Del mismo, además, se desprendía que un 20 % de



## EDITORIAL

las empresas había desplegado proyectos reales de transformación digital. Y del 70 % de las que ya lo han hecho, iban a ampliarlo en los siguientes 18 meses.

Desde IDC también ponen de manifiesto que en materia *cloud* se llevará a cabo un incremento de la



# INTEGRATION

inversión del 11 %, con un punto de inflexión entre los años 2020 o 2021, momento en el que las empresas implementen todo en la nube. El mayor crecimiento va a darse en la demanda de software como servicio, produciéndose un desplazamiento en el consumo de las arquitecturas empresariales *on premise* hacia la nube.

En el ámbito de la seguridad se ha producido un crecimiento estimado de un 9 % con respecto a 2017. Para 2019 las previsiones apuntan a que el 78 % de las compañías reenfocarán sus estrategias de seguridad hacia soluciones de autenticación y confianza. Los servicios gestionados, la seguridad del dato y la gestión de acceso de identidades serán las grandes prota-

gonistas de la misma. Si bien la nota negativa la pone ese 9 % de compañías que todavía no ha comenzado con su proceso de transformación.

Y si 2018 ha sido el año de la transformación digital, 2019 será el año de los negocios que extraigan valor, comentan desde la consultora. Un año en el que adquirirán un gran protagonismo la inteligencia artificial, enfocada en la

mejora de la experiencia de las personas en todas las áreas; el data en proyectos de alto valor transformador, analizando los datos y convirtiéndolos en información estratégica. O el IoT, ya que seguirá creciendo el número de dispositivos conectados

Todo ello junto a las tecnologías que automatizan procesos, la implantación de estrategias de datos más efectivas y las nuevas tecnologías que potencian la verdadera funcionalidad multtinube. La nube híbrida también tendrá su hueco, junto a una mayor simplificación del *edge*

*computing* y un mayor número de ataques por parte de los ciberdelincuentes, por poner algunos ejemplos.

### El papel del integrador

Sin duda alguna el integrador es fundamental a la hora de llevar a las empresas hacia su transformación digital en este momento de gran dinamismo tecnológico y empresarial, en



## EDITORIAL

el que tienen que abordar proyectos cada vez más complejos. Desde T-Systems comentan que la transformación digital conlleva que los avances tecnológicos se disparen y sus implementaciones crezcan a nivel exponencial, por lo que resulta muy complicado para las empresas proyectar esas tecnologías sobre su modelo de negocio, algo a lo que puede ayudarles un integrador. A esto y a establecer proyectos estandarizados que actúen como marco de desarrollo para futuras aplicaciones, que impulsen la digitalización de la compañía. Para Econocom cada vez cobra mayor importancia e interés la figura del integrador, ya que estamos ante un entorno cambiante donde la tecnología que es válida hoy ya no lo es mañana y donde se necesita de un asesoramiento experto y a la medida, en función de cada proyecto digital.



Atos, por su parte, pone el acento en que las compañías españolas necesitan algo más que un *partner* de TI, necesitan un verdadero *partner* de negocio digital. "Ese es el objetivo de los integradores: dirigir a las compañías hacia un camino donde su negocio y su cultura evolucionen hasta ser una compañía digital", explican.

Todo ello en un momento en el que desde Factum consideran que es necesaria una concentración en el mercado de la integración, concentración que pronostican para los próximos años, con el fin de buscar conocimiento y de obtener eficiencia en la gestión de los recursos.

# SUMARIO



**Atos:** de la hiperverticalización al *"smart conversation whit CXO"*, el camino hacia la digitalización.



**Factum:** la fortaleza del integrador mediano frente al grande.



**Econocom:** independencia, capacidad y talento, algunas de las claves del integrador del siglo XXI.



**T-Systems:** seguridad, flexibilidad y adaptabilidad como premisas referenciales.

**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  
Avda. Fuencarral, 68  
28108 Alcobendas (Madrid)  
Tel. 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.

No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de Técnicos y Asociados Informáticos Editorial, S.A. Le informamos que sus datos personales y dirección de correo electrónico serán tratados por Técnicos y Asociados Informáticos Editorial, S.A., como responsables del tratamiento, con la finalidad de llevar a cabo una gestión de carácter comercial, y para el envío de nuestra publicación y también de comunicaciones comerciales sobre nuestros productos y servicios, así como de terceros que consideramos puedan resultar de su interés. Los datos serán cedidos a Tu web soluciones compañía de posicionamiento y análisis, S.L.V y Cia para la Empresa Servixmedia S.L empresas colaboradoras del responsable que tratan los datos con las mismas finalidades. Siendo conservados mientras no manifieste su oposición a seguir recibiendo el servicio solicitado. Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a [arco@taieditorial.es](mailto:arco@taieditorial.es) para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en <https://taieditorial.es/politica/>

## Atos:

# un gigante para dar respuesta a los retos del CIO

El integrador Atos, como gigante tecnológico, cuenta con casi 120.000 trabajadores en 73 países. A lo largo de su trayectoria ha ido adentrándose en un gran número de áreas como el *cloud*, la ciberseguridad o el *high performance computing*, proveyendo de servicios como *big data*, IoT, automatización y robótica, *blockchain*, *business applications* y soluciones de *digital workplace*, a través de su *digital factory*... en un constante avance en el panorama empresarial. Todo ello con un objetivo: aportar innovación y tecnología puntera a la cadena de valor de sus clientes.

Así lo define Federico Arias, COO de Atos Iberia, quien añade que su aproximación al mercado suma, "a una condición de proveedor global de TI, la experiencia y conocimientos de las problemáticas y necesidades de los sectores, negocios y empresas". Incluso va más allá al afirmar que su objetivo pasa por dirigir a las compañías hacia un camino donde su negocio y su cultura evolucionen hasta ser una organización digital". Por ello su enfoque se basa en una hiperverticalización, primero a nivel sectorial, analizando las cadenas de valor tradicionales y cómo afecta la disrupción digital, y después a nivel de negocio, construyendo soluciones que resuelvan las necesidades de las distintas áreas de negocio de las compañías, algo

que en Atos han calificado como "*Smart conversation with CXO*". Con todo ello se convierten en una palanca para el cambio de las compañías españolas hacia la digitalización "de una manera natural, fluida, sin traumas y sin impactos negativos en su negocio", asegura.

Compañías de las que considera que, excepto algunas excepciones, se han quedado "un poco atrás" en la transformación digital con respecto



Federico Arias, COO de Atos Iberia



## ATOS

a los países más avanzados. Incluso destaca un cierto *gap* entre la grande y la mediana. ¿Los puntos de mejora? Disminuir la aversión al riesgo y la experimentación, modificar la cultura organizacional mediante procesos adecuados de gestión del

cambio, y dar el paso a ser una empresa que sepa hacer tangible el valor del dato, poniéndolo en el centro de la estrategia, revela. “La empresa mediana puede ser más ágil y atrevida, según el sector, pero a veces tiene más limitaciones en aspectos como la madurez en el uso del *cloud* o la masa crítica en cuanto a conocimientos, recursos, innovación e inversión”, manifiesta.

### Retos

Arias también hace un repaso por los retos del CIO a los que Atos da respuesta: los relativos a la cultura empresarial, a las personas, la seguridad, y a la convivencia entre el *legacy* y lo digital (*by-modal IT*).

En definitiva, y tal y como argumenta el directivo, “les preocupa cómo embarcar a sus organizaciones en los cambios drásticos que se están produciendo y cómo conseguir perfiles especializados en determinadas tecnologías concretas como *big data*, inteligencia artificial, ciberseguridad,



RPA... Tienen el reto de buscar la mejor estrategia en la transformación al *cloud* y el de administrar la ingente cantidad de datos que están creciendo a nivel exponencial”. Todo ello sin olvidar el cumplimiento normativo y regulatorio.

Y hace una puntualización importante: “las organizaciones CIO han ido convirtiéndose en un centro de estrategia corporativa. Cada vez más es necesaria una mayor coordinación con las áreas de negocio y marketing, con el fin de alinear los objetivos empresariales a las plataformas digitales necesarias para conseguirlo”.

### Diferenciación

Conscientes de que la diferenciación es un grado, Atos pasa por involucrar al *partner* en todo el proceso de la transformación digital, con una aproximación E2E; desde la estrategia y descubrimiento de modelos digitales hasta su diseño y aplicación, de forma extensiva y combinada, de las principales tecnologías digitales, ya que, en su opinión, “quienes sean capaces de combinar este potencial con la capacidad de compartir y decidir en base a los datos asociados, van a encontrar nuevas oportunidades de negocio”.

# ATOS



Otra de sus características es la “multimodalidad”: ser capaces de distinguir, gestionar e impulsar los diferentes modelos asociados a los diferentes tipos de negocio. “Hay que ser sólidos pero flexibles, innovadores pero enfocados en la eficiencia”, enfatiza. Y todo ello junto a un adecuado ecosistema de *partners*.

## Fortalezas

Su posicionamiento en segmentos clave como la ciberseguridad es muy importante. Atos dispone de soluciones de seguridad *end to end* que cubren desde la consultoría especializada en ciberseguridad, la implantación de soluciones y las operaciones de seguridad en las instalaciones de

sus clientes, o en modo servicio desde su red de 14 centros de operaciones de seguridad (SOCs) a nivel mundial.

El directivo destaca sus nuevas aproximaciones, que aúnan la seguridad en entornos tradicionales de TI con seguridad IoT/OT y la evolución de los SOCs hacia un modelo prescriptivo, donde se combinan técnicas de analítica, inteligencia artificial, *deep web* y análisis social para ser capaces de anticipar posibles amenazas.

También es fuerte su apuesta por el IoT. En este momento cuentan con un proyecto conjunto con Siemens en el que ambas compañías unifican sus capacidades. “Esto implica un verdadero *offering end-to-end*”, apunta el directivo, “aportando gran valor para los clientes al resolver conjuntamente todas las piezas del ecosistema IoT, desde la sensórica y el *edge* hasta un completo IoT gestionado”. Por ello, asegura que esta alianza les convierte en líderes en *Internet of Things*, especialmente para Industria 4.0.

## 2019

Con respecto a este año pronostica que uno de los mayores desarrollos tecnológicos que van a impactar en la empresa española será el avance del *cloud*. En este sentido Atos ha firmado un acuerdo global con Google, con el fin de abordar las necesidades de transformación digital de sus clientes desde una perspectiva más amplia, creando soluciones seguras por ambas compañías en áreas que incluyen la *cloud* híbrida, el análisis de datos, el *machine learning* y el puesto de trabajo digital.



# ATOS

## Palancas de Atos en la transformación digital

Federico Arias, COO de Atos Iberia, destaca, en este video, el papel de líder que Atos juega en la transformación digital del mundo empresarial de la mano del gran conocimiento sectorial con el que cuenta la compañía, su *expertise* tecnológico en diferentes áreas como el *blockchain*, la ciberseguridad o la nube, por poner algunos ejemplos. Y la innovación. Con todo ello ejecutan lo que desde Atos denominan "hiperverticalización".

VÍDEO



## “Repensando y redefiniendo el negocio de los clientes”

¿Qué implica la transformación digital de sus clientes para Atos? “Repensar y redefinir el negocio de los mismos”, así lo afirma Federico Arias, COO de Atos Iberia, en este vídeo en el que reconoce que para lograrlo llevan a cabo una aproximación *end-to-end*, desde la estrategia y descubrimiento de nuevos modelos digitales de sus clientes hasta el diseño de aplicación de plataformas digitales que soporten esta estrategia”.

VÍDEO



## Econocom: integrador con excelencia

**Vivir entre dos siglos y pasar del siglo XX al XXI para Econocom no ha supuesto una transición como tal, ya que la misma se ha ido produciendo progresivamente. Así lo manifiesta Ángel Benguigui, CEO del Grupo Econocom, quien prefiere subrayar el gran número de cambios, a lo largo de los años, en su transformación y adaptación a la nueva era digital.**

¿Qué debe caracterizar a un integrador del siglo XXI? La respuesta es sencilla para Benguigui. En su opinión, el integrador de esta nueva era debe trabajar para y por el cliente, con independencia de editores de software, fabricantes y bancos. Independencia a la que uniría otro requisito: contar con capacidades y talento suficiente dentro del equipo para asesorar a los clientes, en función de sus necesidades y proyectos, dentro del ecosistema de disrupción digital.

Otra de las claves pasa por trabajar con los clientes para incorporar tecnologías en torno a la inteligencia artificial y *blockchain*, con el fin de agilizar sus procesos de *backoffice* internos e im-



Ángel Benguigui, CEO del Grupo Econocom

plementar soluciones digitales que incidan directamente en un mayor margen en sus negocios. Como integrador de soluciones digitales, cuentan con acuerdos de colaboración con los principales fabricantes. Acuerdos a partir de los cuales pueden ofrecer un complemento al mejor asesoramiento en torno a capacidades de distribución y de servicios, “y la capacidad de financiar todos los proyectos sin tener que hacer a nuestros clientes un *upfront* de inversiones importantes”, apunta.

### **Con la excelencia como premisa**

Benguigui habla con la autoridad del integrador que se siente reconocido en el panorama

## ECONOCOM

empresarial español y en el que, en su opinión, esta figura empresarial está adquiriendo un mayor interés. “Estamos ante un entorno cambiante donde la tecnología que es válida hoy ya no lo es mañana y donde se necesita de un asesoramiento experto y a la medida, en función de cada proyecto digital”, asegura.

A esto ayuda, sin lugar a dudas, tener la excelencia como una de sus premisas. Una excelencia que va impregnada hasta en el plan estratégico de la compañía, denominado “*e for excellence*”. Con el mismo pretenden situar en el centro de la estrategia digital a sus clientes, con el objetivo de ofrecerles soluciones orquestadas, a la medida, con un único punto de contacto.

“El objetivo de la excelencia se basa en nuestro compromiso de poder ofrecer el mejor *delivery* de nuestras soluciones de servicios. Por eso nos hemos aventurado a preguntar a nuestros clientes, a partir de consultores externos, y estamos en el proceso de incorporar todas sus valoraciones en nuestros procesos internos”, afirma el directivo.

Amparados bajo el paraguas de sus dos planes estratégicos, tanto este año como el anterior, consiguieron acelerar su crecimiento. Entre las

líneas estratégicas que definirán su nuevo plan para 2019 destacan convertirse en un referente en consultoría de transformación digital y ofrecer servicios especializados para diferentes sectores a partir de soluciones orquestadas, aportando un valor diferencial.

### A golpe de adquisición

El grupo, que cuenta en España con cerca de 1.000 colaboradores, ha conseguido hitos que vienen marcados por la adquisición de diferen-

tes empresas, algo que, tal y como destaca Benguigui, les ha permitido añadir a su *offering* de soluciones, capacidades diferenciadas para ayudar a sus clientes a afrontar los retos de la transformación digital.

Dentro de las mismas destacan Néxica especializada en *hosting*

y *cloud*, Gigigo especializada en marketing digital o la última, Altabox, focalizada en la experiencia del usuario en el punto de venta. Las próximas adquisiciones irán de la mano de sus actividades tradicionales: arrendamiento y servicios IT, y, de manera global, proyectos, consultoría, mantenimiento y *outsourcing*, lo que les permite crear un *offering* “muy interesante y único”, apunta. “Disponemos de una enorme fuerza





## ECONOCOM

en financiación, a partir del arrendamiento, de cualquier tipo de proyecto digital”.

Recientemente han presentado dos nuevas ofertas que refuerzan su *portfolio*, de la mano de dos de sus adquisiciones: econocloud con su filial Nexica y econocom *retail* con Altabox. De esta última destacan el hecho de ser la primera oferta global, omnicanal, que lanzan para dar respuesta a la transformación digital de los *retailers*.

En cuanto a econocloud, resalta que es un entorno para proyectos *cloud hybrid*, a partir de la experiencia de su filial Nexica.

“En definitiva, nos enfocamos en tener un mayor valor en el asesoramiento especializado, para poder ofrecer soluciones de transformación digital que ayuden a nuestros clientes a cambiar el *core* de sus negocios”, reconoce Benguigui.

### Objetivos

Haciendo un balance del año que hemos dejado atrás, considera que, para el Grupo, 2018 fue bueno, alcanzando un crecimiento de 2.850M€, un 8 % más

respecto a 2017. En España el conjunto de las compañías ha realizado una cifra de facturación de 344M€, según normas contables españolas, lo que supone un 21 % respecto al año anterior.

La compañía destaca el crecimiento de la actividad *technology management & financing*, actividad de arrendamiento, que ha conseguido crecer un 36 % con respecto al año anterior. También crece en facturación su actividad *products & solutions*, distribución y soluciones digita-

les, gracias a la integración de Altavox, mientras su solución econocom *retail* está obteniendo un gran éxito.

Y todo ello junto a su cifra de negocios de actividades y servicios, que se ha incrementado en un 10 %, viéndose impulsada por los servicios de integración en torno a soluciones de puesto de trabajo, infraestructura y los servicios de externalización y econocloud.

“Actualmente somos más de 1.000 colaboradores y estoy muy orgulloso de los resultados obtenidos, gracias al esfuerzo y talento de los equipos, donde España es el país que más ha crecido este año dentro del Grupo”, finaliza.



## ECONOCOM

### Econocloud y econocom *retail*, puntales en 2019

Con la mirada puesta en 2018, que supuso para Econocom España el crecimiento de un 20 % con respecto al año anterior. 2019 se presenta para la compañía apasionante.

Ángel Benguigui, CEO del Grupo Econocom en España, hace en este vídeo un repaso por las adquisiciones que ha llevado a cabo la filial española en los últimos tiempos, una de las razones que les ha hecho crecer. Además, describe las actividades por las que son reconocidas en nuestro país.

VÍDEO



### Superando las expectativas de crecimiento

La posición que ocupa la filial española de Econocom no es una casualidad. Las grandes oportunidades de desarrollo del mercado español siempre han estado presentes y hoy, en pleno siglo XXI, Ángel Benguigui, CEO del Grupo Econocom en España, confirma que ya han superado con creces las expectativas de crecimiento que podían tener.

VÍDEO



## Factum:

# “Es necesaria una concentración de empresas integradoras”

Con casi una década de vida, el integrador Factum, especializado en soluciones IT o ciberseguridad, por poner algunos ejemplos, ha ido viendo, a lo largo de este tiempo, cómo el sector de la integración se ha ido especializando con ofertas de valor en nichos concretos. “Un factor que ha permitido a empresas como la nuestra crecer y hacerse un hueco frente a los grandes de la industria”, afirma Iosu Arrizabalaga, director general de Factum.

Y es que su caso es el ejemplo de un integrador mediano que, apoyándose en la especialización y en la formación continua de sus ingenieros, ha conseguido crecer en un mercado altamente competitivo. “Nuestro valor principal es la excelencia en la ejecución de los servicios y la flexibilidad para apoyar las circunstancias especiales que rodean a cada uno de nuestros clientes”, reconoce.

### Pros y contras

Considera que los integradores están viviendo un “dulce momento”, impulsado por la transformación digital y el uso de tecnologías dentro de todas las organizaciones, Aunque también ve la cara menos positiva de la moneda: un mercado demasiado atomizado con muchos jugadores en el

tablero, lo cual hace difícil captar el talento para integradores de tamaño mediano, como es su caso. Por ello considera que este va a ser uno de los grandes retos para los próximos años. Factum, como multinacional, tienen la posibilidad de acceder al mismo en otros mercados, como el de México, algo que considera que puede suponer una ventaja competitiva frente a otros actores, centrados exclusivamente en el mercado nacional.



Iosu Arrizabalaga, director general de Factum



## FACTUM

Y, ante el futuro, lleva a cabo una predicción: “en los próximos años se llevará a cabo una concentración de compañías integradoras con el fin de buscar conocimiento y de obtener eficiencia en la gestión de los recursos.

### Especializados en la seguridad

La ciberseguridad es uno de los elementos críticos para cualquier compañía. Hace algún tiempo vendieron su aplicación de firma digital SignBox a Telefónica, lo cual supuso para Factum, además del impacto natural en el volumen de trabajo y negocio, poder llevar a cabo un número de clientes mayor la posibilidad de afrontar los retos de la Transformación Digital “de la mano de un líder en los entornos de comunicaciones y tecnología como Telefónica”, comenta.

¿Cómo ayudan a mantener la misma desde Factum? “Mediante el desarrollo e implementación de soluciones robustas, adaptadas a sus necesidades y capaces de hacer frente a las amenazas más diversas”, responde. “Para garantizar la máxima seguridad posible buscamos la

protección de la información en todos y cada uno de los puntos por donde circula, durante su ciclo de vida completo dentro de la empresa”, explica. Uno de sus puntos fuertes, la consultoría, les permite analizar

las necesidades que puedan tener las compañías y, en función de ellas, asesoran a las mismas sobre dónde han de invertir y en qué. Además, realizan cursos de formación para que conozcan cómo tienen que adaptarse a los requerimientos de la legislación, como el GDPR.

### Pasado y presente

De 2018 recuerda proyectos como el de Ibermutuamur, Mutua para el que han diseñado e implementado una solución de firma digital totalmente segura y fiable, gracias a la cual los pacientes han podido agilizar sus trámites. “Hemos facilitado que los médicos accedan a la información que necesiten desde prácticamente cualquier dispositivo de manera eficaz y ágil”, apunta, lo que resulta especialmente útil cuando, por ejemplo, se han de suscribir consentimientos informados para poder iniciar tratamientos de riesgo”.



## FACTUM

Otro de los proyectos importantes que han abordado ha sido en Sareb, donde han implantado, con éxito, la herramienta de firma electrónica SealSign. Gracias a este proyecto, la entidad financiera no solo ha conseguido agilizar la firma de contratos con sus proveedores, también hacer el proceso más seguro, trazable y flexible para todas las partes implicadas. Sin olvidar el éxito que han conseguido implantando su solución de cuadro de mandos para el ámbito de la seguridad, que ha permitido a muchos de sus clientes tener una visión panorámica e integral de los efectos de las soluciones que han incorporado durante los últimos años. Durante 2019 siguen ofreciendo transformación y modernización de su portfolio de la mano de las empresas más importantes del mercado en esta área, con el fin de poder llegar a más clientes de una manera más óptima y con una oferta que encaje con la transformación que está sufriendo el mercado de las TI.



### La clave del éxito

Para losu Arrizabalaga además de contar con buenas soluciones, la clave del éxito de los procesos de transformación digital pasa por la capacidad que tengan las organizaciones para definir una estrategia global orientada hacia el manejo de los datos. Para definirla, recomienda el concurso de un socio especializado, además de disponer de una política de almacenamiento definida, recursos *“on premise”* y en la nube para garantizar la flexibilidad que exige cada momento y hacer posible que cada responsable de la toma de decisiones disponga del dato que necesite, cuando le sea más útil. Para ello, propone combinar varias soluciones y proveerse de diversas formas. *“Nuestro papel es saber asesorar a cada empresa adecuadamente, sabiendo qué puede utilizar de lo que ya tiene, qué necesita mejorar y qué requiere incorporar”*, finaliza.

## FACTUM

### Factum crece gracias a sus soluciones de transformación digital

Factum sigue cosechando éxitos. El crecimiento de dos dígitos así lo demuestra. ¿Las claves? Iosu Arrizabalaga, director general de la compañía, destaca, en este vídeo, como motores principales del mismo sus soluciones de transformación digital, implantadas de un modo seguro, su acuerdo con Telefónica y su aportación como integrador de diferentes soluciones. Todo ello les ha aportado un gran valor a la hora de posicionarse en diferentes sectores como el de la sanidad.


**VÍDEO**


### Solución de gestión de firma de contratos en *blockchain*

Especializados en el mundo de la seguridad, Iosu Arrizabalaga, director general de Factum, destaca que en este momento sus clientes les demandan controlar la información que van generando las piezas de seguridad implantadas.

La compañía ha desarrollado una solución, basada en diferentes tecnologías, que les permite tener una gran visibilidad de cada uno de sus clientes.


**VÍDEO**




## T-Systems, la seguridad como premisa



Inés Olcoz  
head of point of production Spain en T-Systems Iberia

**Seguridad.** Ese el elemento primordial de la propuesta de T-Systems. Así lo destaca Inés Olcoz, *head of point of production Spain* en T-Systems Iberia. Y no es para menos si tenemos en cuenta que todos sus *datacenter* están en Europa. Algo imprescindible para la protección de datos, que ahora se rige bajo el paraguas del GDPR y, por lo tanto, bajo la estricta jurisdicción comunitaria en materia de protección de datos. A ello habría que sumar su red de 14 centros SOC de ciberseguridad repartidos por todo el mundo, con más de 200 operadores, con servicio 24/7. Una red, que tal y como apunta Inés Olcoz, “se beneficia de la condición de Deutsche Telekom como operador a nivel global, lo cual ofrece a sus centros una mayor visibilidad del tráfico de telecomunicaciones”, algo que considera fundamental para detectar cualquier posible amenaza. La transversalidad de los proyectos para que aporten valor añadido real a sus clientes, es también clave en su propuesta.

### El papel del integrador

Los tiempos cambian y hoy, en pleno siglo XXI y con la transformación digital como bandera, la misma conlleva que los avances tecnológicos se disparen y sus implementaciones crezcan a nivel exponencial. Esto hace que, en opinión de Inés Olcoz, sea muy complicado para las em-

presas proyectar esas tecnologías sobre su modelo de negocio, algo a lo que puede ayudarles un integrador. A esto y a establecer proyectos estandarizados que actúen como marco de desarrollo para futuras aplicaciones e impulsen la digitalización de la compañía.

“La digitalización, para aportar valor a los procesos y formas de co-

## T-SYSTEMS

municarse de una empresa con sus diferentes públicos, debe de desarrollarse con una visión transversal, garantizando en todo momento la seguridad de los datos”, asegura.

### Diferenciación

En un mercado cada día más competitivo, les define ser la filial tecnológica de uno de los gigantes tecnológicos europeos: Deutsche Telekom, aportando un ADN con marca alemana a sus soluciones tecnológicas. Soluciones, a las que una vez más, vuelve a definir como seguras, aunque añade la flexibilidad y adaptabilidad como premisas referenciales.

Todo ello junto a tecnología puntera en *cloud* como SAP

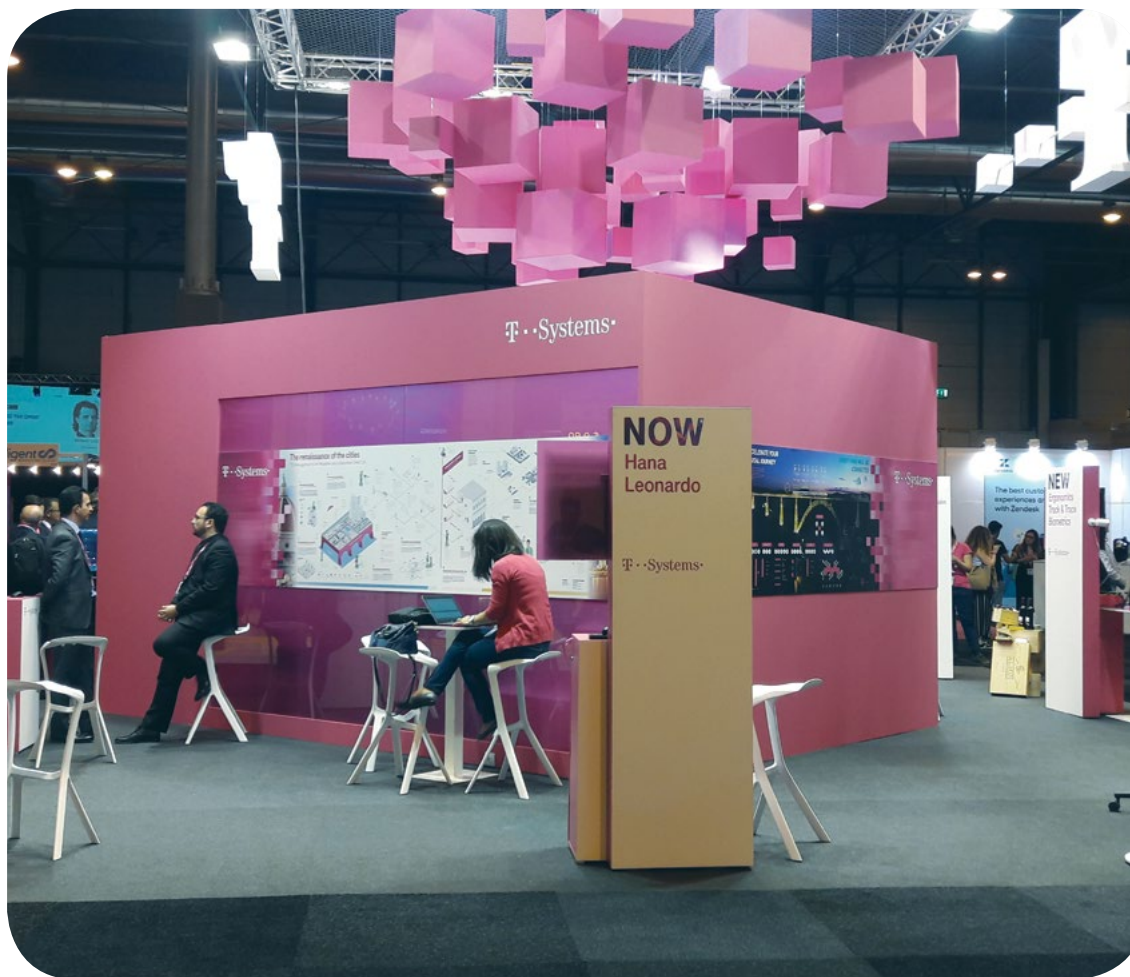
Hana, *big data*, realidad virtual, IoT o gestión inteligente de ciudades y de procesos logísticos, por poner algunos ejemplos. Tecnología con

la que eliminan los frenos en la digitalización que tienen algunas compañías, sobre todo las pymes, reconoce la directiva, que les impide ser más competitivas.

“En T-Systems conocemos los frenos a la digitalización de este tipo de compañías, las dificultades en la estandarización de sistemas y procesos que se han ido implementando en muchas ocasiones con objetivos diferentes y sin conexión entre ellos”, apunta. Por ello, reconoce que desde T-Systems aportan “esa visión global tan necesaria en este viaje hacia la digitalización”.

Más allá de las pymes, las de mayor tamaño, que cuenta con un CIO, les demanda “proyectos que desarrollen la

estructura necesaria para afrontar los retos que están por venir. Es decir, proyectos marco que les doten de la infraestructura óptima para



## T-SYSTEMS

ir introduciendo diferentes soluciones, a medida que lo vayan necesitando, y crear así un ecosistema abierto a la innovación de los diferentes agentes y departamentos implicados”, admite.

### Entre sus últimas apuestas...

El año pasado fue bueno para T-Systems, posicionándose como líderes en el desarrollo de redes Narrow Band en IoT, en Europa y América del Norte, una infraestructura básica para el desarrollo definitivo del Internet de las Cosas”, destaca.

2018 también significó el año en el que se unieron a la red Ngena para ofrecer a sus clientes redes definidas por software, utilizando las últimas tecnologías *cloud* y de virtualización. También decidieron unirse a la red Alastria para el desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en el *blockchain*. Otro de sus acuerdos les llevó a unirse a Amazon para ofrecer servicios gestionados en la nube a través de Ama-



zon Web Services, la mayor nube pública del mundo.

Por otro lado, tuvieron un papel importante en la implementación de soluciones *smart city*. Un ejemplo de ello es su proyecto Gijón-In, con el que pretenden desarrollar 16 actuaciones para conseguir una gestión y prestación más eficiente de los servicios públicos municipales y una mejor calidad de vida, tanto de sus habitantes como de sus visitantes. Entre los proyectos que van a llevar a cabo podemos destacar la digitalización de sistemas y procesos del ayuntamiento, la sensorización de servicios públicos para mejorar la frecuencia de los autobuses públicos, o la creación de un entorno digital en código abierto para los emprendedores de la ciudad.

Y todo ello sin olvidar el lanzamiento de su solución MCOS, una plataforma de gestión *multicloud* con la que facilitan la gestión de los datos, compatible con diferentes sistemas operativos.



## T-SYSTEMS

### T-Systems: acercando el cambio natural al CIO

Conscientes de que los CIO se enfrentan al gran cambio disruptivo que conlleva la transformación digital, junto a una gran volatilidad e inseguridad, desde T-Systems quieren seguir caminando, tecnológicamente hablando, junto a esta figura directiva para que el proceso no le resulte tan costoso. Así lo afirma Inés Olcoz, *head of point of production Spain* en T-Systems Iberia, en este vídeo donde, además resalta la fuerte presencia de las nuevas generaciones en el mundo empresarial actual.

VÍDEO



### T-Systems: profundizando en nuevas áreas tecnológicas

Sin olvidar sus áreas de excelencia tradicionales como la seguridad, tal como las describe Inés Olcoz, *head of point of production Spain* en T-Systems Iberia, la multinacional está profundizando sus conocimientos en otras áreas como la inteligencia artificial, el *blockchain*, el IoT o las *smart cities*, por poner algunos ejemplos. Todo ello con el fin de construir un *portfolio* que les permita acercarse a sus clientes con nuevas ofertas y oportunidades para que puedan llevarlas directamente a sus negocios.

VÍDEO

