

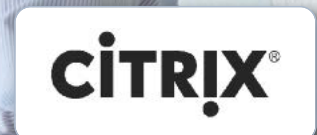
Debate en **director**TIC

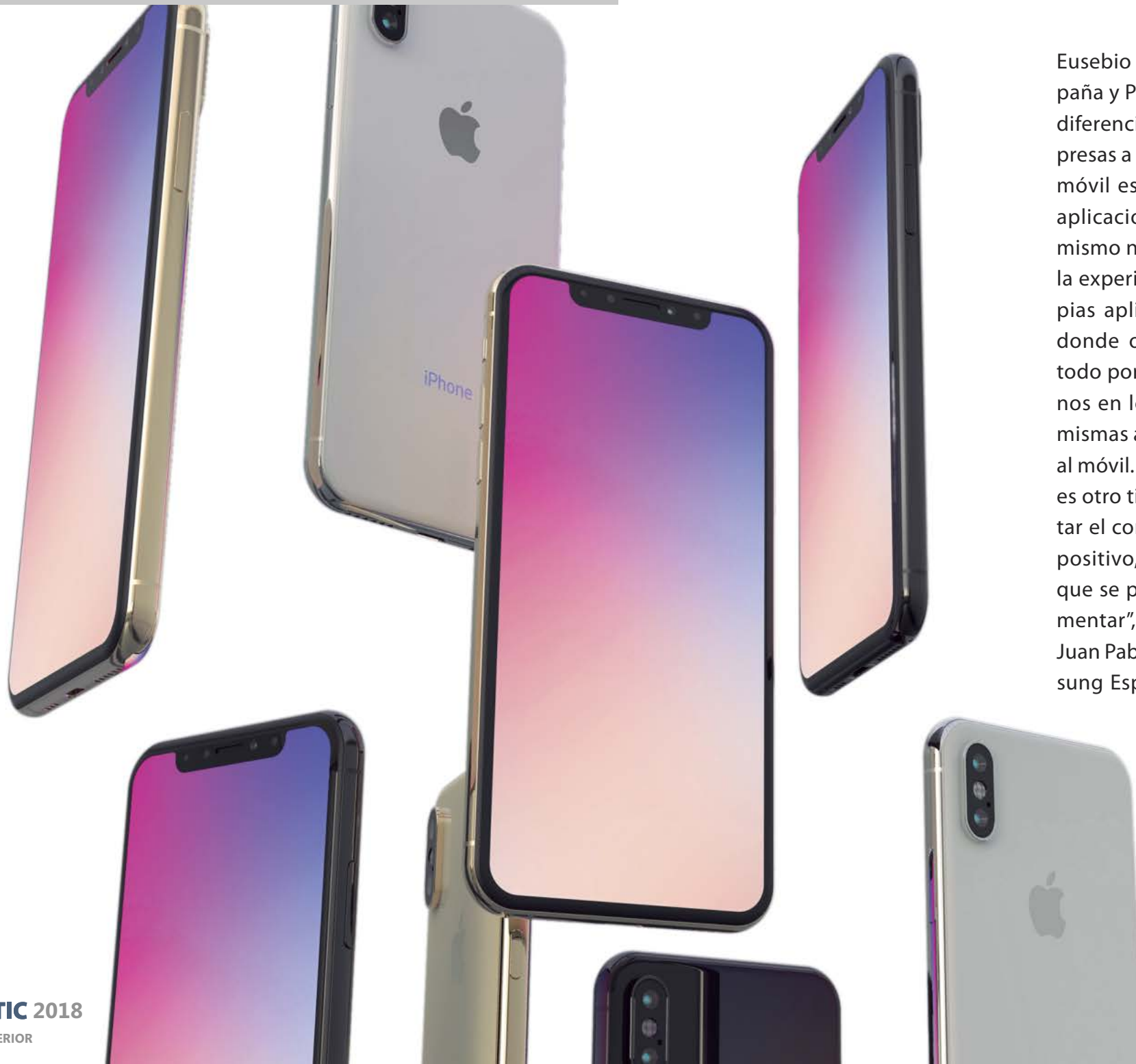
Información de valor para la toma de decisiones



El *mobile first* no siempre es una máxima prioridad para el CIO

Según un estudio de Markets and Markets, elaborado a finales del año pasado, el 45 % de las compañías ya tenían enfoques dirigidos hacia el *mobile first* y 7 de cada 10 empresas consideraban que la movilidad iba a ser un propulsor clave del crecimiento del futuro del mismo.





Eusebio Nieva, director técnico de Check Point para España y Portugal, considera que en nuestro país hay que diferenciar entre los servicios que proporcionan las empresas a sus consumidores, en los que la penetración del móvil es absoluta y en la que el desarrollo de nuevas aplicaciones, nuevas tecnologías y servicios están al mismo nivel que en cualquier otro país. Y, por otro lado, la experiencia interna de las empresas: diseñar sus propias aplicaciones y los servicios para sus empleados, donde observa que todavía falta penetración, sobre todo por la falta de cultura de desarrollo en esos entornos en los que, en algunos casos, se intenta coger las mismas aplicaciones de las que disponen, añadiéndolas al móvil. Esto, en su opinión, es un error "porque el móvil es otro tipo de consumo de información. Hay que adaptar el contenido y la forma de trabajar a ese nuevo dispositivo, tanto desde el punto de vista del contenido que se proporciona, como la seguridad hay que implementar", destaca.

Juan Pablo Gallardo, *large account sales manager* de Samsung España, subraya una circunstancia que considera peculiar: España cuenta con una penetración por encima del 100 % de *smartphones*, aunque esto no se refleja en el nivel de digitalización de las empresas. Reconoce que es cierto que, en la gran cuenta, en empresas del Ibex 35, sobre todo, ven el *mobile first* como una diferenciación para dar un servicio tanto interno como externo, al cliente final, algo que, en su opinión, no ocurre en la parte



media y baja del segmento empresarial. Por ello hace un llamamiento para, entre todos, lograr una mayor penetración entre las pequeñas compañías.

Ana Alfaro, directora de marketing de Citrix España, resalta el aumento de la penetración de la movilidad tras el acceso de todas las generaciones a este tipo de dispositivos, más allá de la comunicación.

Por su parte, Eugenio Gil, *EUC Enterprise sales specialist* de VMware, asegura que desde las empresas se está intentando hacer a los empleados más eficientes y atraer y retener el talento. Esto ocurre porque, tal y como señala, el mundo empresarial está percibiendo que las nuevas generaciones están pidiendo nuevas formas de trabajar, por lo que tienen que facilitar a sus empleados modalidades en las que están acostumbrados a trabajar, de forma segura. Porque, tal y como sostiene, “la combinación de la seguridad con la combinación de aplicaciones es lo que va a hacer que este modelo de trabajo tenga éxito y hacia dónde vamos”.

Experiencia de usuario

Fundamental para Ana Alfaro es que las empresas comiencen a centrarse en la experiencia de usuario, pensando en estrategias para responder a la esta nueva necesidad. “En Citrix siempre pensamos en el usuario, porque al final es el que manda”, dice. “Necesita tener sus aplicaciones de una forma eficiente y productiva para que



puedan acceder desde un entorno único y que pueda facilitar el día a día de su trabajo”, explica.

Algo en lo que Eusebio Nieva coincide porque “las últimas tendencias en desarrollo y productividad de aplicaciones

“Hay una ola macro que se está llevando por delante cualquier tipo de generación”

son fundamentales”, añade. “Hay que ir introduciendo mejoras, añadiendo pequeñas cosas primero para los usuarios internos y luego para los usuarios para, con esos cambios, tener éxito sobre todo en el móvil. Hay que ir experimentando en lo que vas cambiando y en cómo proporcionas esa información a estos usuarios”.

Diferentes generaciones

En un momento en el que hay cinco generaciones de trabajadores en las empresas españolas, tal y como apunta un estudio de Citrix, “hay una ola macro que se está llevando por delante cualquier tipo de generación”, asegura Gallardo, porque “el proceso de digitalización enarbolado por el proceso de movilidad es algo que permanece,

con independencia de la generación que haya”, sostiene. Es más, pone el foco de atención en la doble velocidad que se está dando entre aquellos que, de manera nativa, han incorporado la tecnología a sus vidas, por lo que no han tenido que esforzarse, y los que no han tenido más remedio que adaptarse a la misma. Y una parte de homogeneidad a la que hay que adaptarse porque estos dispositivos están en la calle y la empresa mira cómo adaptarlos para retener un talento que ya no valora tanto el salario o las vacaciones, como una flexibilidad laboral que le permita conciliar vida laboral y profesional. En este apartado es donde los más jóvenes esperan de las organizaciones plataformas en la nube desde las que puedan acceder con su teléfono, por poner un ejemplo.



Sin embargo, apunta a que los comités ejecutivos están luchando contra su gran desconocimiento en el manejo de estos dispositivos, para lo que están incorporando a *millennials* muy jóvenes a los mismos, que les enseñan cómo usar, de manera diferente, estas herramientas.

De generaciones fusionadas habla Alfaro, con una media de dos o tres dispositivos cada una para trabajar en el día a día. Aunque, en su opinión, lo más importante es que “más allá de la generación, trabajamos como vivimos”, dice, por lo que las empresas tienen que proporcionar a los usuarios la capacidad para poder acceder a esos entornos, a los que denomina como muy variopintos: “desde

las nuevas generaciones buscan flexibilidad. “Nos estamos adaptando poco a poco y las nuevas generaciones nos están enseñando mucho”, señala.

Gil también hace alusión a los dinosaurios, aunque más bien tecnológicos, como la herencia de sistemas y aplicaciones desarrolladas hace dos décadas, el famoso *legacy*, que no podemos cambiar de la noche a la mañana. “Es costoso. Incluso esos proveedores ya nos están dando sus nuevas opciones. Pero la transición es lenta. Y hasta que llegemos a esa transición tenemos que tener la capacidad de darles esas herramientas en movilidad”, sugiere. “Ver sobre la base que tenemos, hacia donde queremos

aplicaciones nativas a infraestructuras en la nube: Y que podamos acceder desde cualquier dispositivo y con seguridad”.

Aunque para Nieva uno de los mayores problemas es la existencia de “muchos dinosaurios” en las empresas. El presencialismo, al que califica como “demasiado importante y algo anticuado” es uno de ellos. Por ello, considera que la cultura que hay que cambiar no es la del dispositivo sino la del presencialismo y más en un momento en el que

ir, y cómo podemos dar acceso a las aplicaciones a estas nuevas generaciones”. Ese es el paso intermedio en el que nos encontramos, observa.

Problema de percepción

Algo que también habría que mejorar, según Nieva, es que, en muchas ocasiones, las empresas tendrían que racionalizar más lo que quieren, ya que se ven muchos ejemplos de mala praxis. Por ello aconseja llevar a cabo cambios culturales dentro de la empresa y adaptar esos cambios. “Tienen que dar unos servicios y no se dan cuenta de que no tienen que ponerlo todo en el móvil o en la nube. Hay que tener en cuenta qué es lo primero que hay que poner en la nube o en movilidad, ir creando gradualmente una cultura corporativa. Adaptando tus procesos”.

“Uno de los mayores problemas es la existencia de muchos dinosaurios en las empresas”



El CIO y la movilidad

Si bien el CIO es uno de los mayores responsables de la transformación digital en las empresas, el *mobile first* no es su prioridad. Así lo manifiestan los directivos, quienes destacan que lo ven como una respuesta más para su negocio. “El CIO está girando de manera reactiva allí donde el negocio le propone un problema y él, de la mano de empresas como las nuestras, busca una solución”, reconoce Gallardo. Si bien añade que “el CIO ya está percibiendo cómo puede, de manera proactiva, mejorar no solo internamente, sino de cara al *customer experience*, para poder ser más eficiente en la venta”.

¿Su gran reto? “Readaptarse de un *approach* reactivo donde tiene un problema, lo resuelve y lo entrega, a adaptarse de manera natural al negocio y que incluso pueda ser él el provocador de ciertos cambios de modelo de negocio dentro de la compañía”, señala el ejecutivo.

Cambio que ya aprecia Nieva: de ser reactivo a promotor a través de la tecnología. Estar atento a la tecnología útil que hay en el mercado para adaptar esas ideas al propio negocio, porque son conscientes de que la tecnología es uno de los habilitadores más importantes que hay actualmente para llegar a los clientes. Quien no utilice esta tecnología correctamente, perderá parte de su mercado, advierte.

Y, por otro lado, un desarrollo táctico del CIO: “Cuando hay un problema o se ha determinado por dónde tiene que ir la empresa, hay que ver los pasos que hay que dar para venderlos a la dirección”. En definitiva, la venta estratégica dentro de la compañía y la ejecución táctica de los sistemas es lo que tiene que cambiar en algunas ocasiones. Ante lo que añade que “probablemente el *mobile first* es una de las tecnologías que puede sufrir, o beneficiarse

más el CIO que tenga muy claro esto, siempre que pueda llevarlo a cabo y no choque con la cultura empresarial”. “Vender eficiencia”, tal y como lo califica Gil, algo a lo que pueden ayudar los fabricantes. Aunque no siempre es el CIO quien lleva a cabo estos proyectos, añade Alfaro, “en muchas ocasiones son los directores de recursos humanos, los CEO o, incluso, los directores financieros los que se ponen al frente de los mismos”.

“Una pieza fundamental, la movilidad, para el *digital workplace*. Y un paso hacia el *intelligent workplace*”



La seguridad por bandera

Mobile first, sí, pero *security first*, también. Así expresa Eusebio Nieva la necesidad de securizar los dispositivos desde el principio, sobre todo en los puntos adecuados porque, si no, van a atacarte”, advierte.

Sus compañeros de debate apuntan a determinados *stoppers* como el tema cultural, que hace que la seguridad entre al final de los proyectos, algo que consideran un fracaso. “Hay que tener en cuenta qué tipo de usuario, qué tipo de información, y qué tipo de flujo va a soportar ese proceso. Y a partir de ahí securizar en la base porque cuando lo haces así, el problema llega resuelto”, señalan.

Y no hacerlo desde un punto de vista puntual en un proyecto, prosigue Nieva. “También hay que implicar la



implementación de la seguridad cuando adoptamos nuevas tendencias de desarrollo. Siempre hay que poner determinadas piezas y luego ir implementando otras”.

Samsung, consciente de la importancia de la misma, incluye elementos de seguridad en su hardware con su plataforma de seguridad Knox, destaca Juan Pablo Gallardo.

BYOD

¿Cómo se está llevando a cabo la gestión de la movilidad empresarial en un momento en el que el BYOD sigue es-

tando muy presente en el panorama empresarial?

El BYOD es una tendencia más y una realidad más, responden. Las empresas se han dado cuenta de que hay que racionalizar los servicios y cómo se consumen por parte de los empleados, ya que hay determinados servicios que pueden consumirse a través de dispositivos personales y otros que necesitan una mayor securización.

Nieva comenta que “no se puede consumir el servicio crítico con algo que no está dentro de la política corporativa”, algo que, en su opinión, hay que tener en cuenta, ya que todavía los fabricantes de *malware* no han aprovechado todas las vulnerabilidades que trae consigo el *bring your own device*”.

Gallardo, por su parte, expresa su sorpresa por la diferencia que existe entre la sensibilización de la securización entre los sistemas de cableado y los de los dispositivos móviles. “La penetración de los MDM cada vez es mayor, pero mucho más bajo de lo que se podría esperar cuando el ataque está ahí. Y no hay ninguna red fija que no esté protegida al 100 %”, explica. En una red fija los puntos de ataque están un “poco más controlados” porque sabes cuáles son, en el móvil, si tienes 7.000 empleados son 7.000 puntos potenciales de ataque”. Gil prefiere resaltar que hoy en día ya existe tecnología

para controlar el estado de un dispositivo que no te pertenece, decidiendo, en tiempo real, si das a un usuario acceso o no a una aplicación. Esto está haciendo que las empresas tengan mayor seguridad en gestionar esa realidad. Por ello, considera que “cuando las empresas y los responsables de seguridad se den cuenta de que pueden controlar el riesgo de dejar a un usuario con un dispositivo que no es propio, acceder a cierta información, el BYOD será una realidad más o un caso de uso más de las empresas”. Ante lo que Eusebio Nieva hace una apreciación: “tiene que existir un compromiso entre la empresa que tiene que tener una seguridad y el usuario que tenga una libertad. Hay que llegar a una entente cordial entre qué es lo que le proporcionamos al usuario y qué es lo que controlamos del mismo”. Para ello se pueden usar tecnologías lo menos intrusivas posible.

Securizando diferentes aspectos

Sin duda alguna, el dato es uno de los elementos más preciados para las empresas. ¿Cómo puede securizarse en movilidad? De la misma manera en la que se controla el dispositivo, se controla el dato, porque todo tiene que estar dentro de un perímetro digital seguro, manifiesta Nieva. “El usuario tiene que tener la flexibilidad de trabajar como quiera, pero dentro de un entorno securizado. Y el dato tiene que estar accesible”.

Desde Check Point plantean como solución, ante esto, la seguridad y el acceso contextual. “Dependiendo del dispositivo, la red, la aplicación y del dato, una persona va a poder bajar determinada documentación si está en un ci-



bercafé o en función de donde se encuentre. El dato tiene que estar dentro de un enlatado donde estén identidad, aplicación, red, ubicación y dato”.

En VMware ofrecen una plataforma, un marco de acceso a aplicaciones, de gestión de la identidad para saber cómo se accede a la información, cómo se controla y se asegura el dispositivo.

Por otro lado, ¿cómo securizar la gestión de contenido móvil, la gestión de aplicaciones móviles y la gestión de identidad móvil?

Desde Check Point también cuentan con herramientas para todo ello, con las que las empresas pueden conseguir una mayor confidencialidad dentro de una partición controlada dentro del móvil, con las que se puede decidir qué aplicaciones son a las que se pueden acceder a través de esa partición y que los datos estén mucho más securizados, por poner algunos ejemplos.

El futuro

¿Hacia dónde va el futuro de la movilidad empresarial? Hacia un escenario más móvil donde los fabricantes proporcionen herramientas para controlar la gestión crítica de la información, responde Juan Pablo Gallardo, que junto al IoT es una de las palancas en crecimiento de la movilidad. Y hacia un entorno securizado, añade Eusebio Nieva. Y, por supuesto, cada vez más enfo-

“La combinación de la seguridad de aplicaciones es lo que va a hacer que este modelo de trabajo tenga éxito y hacia dónde vamos”



cado a la nube, apunta Eugenio Gil, con un mayor número de aplicaciones nuevas, más interesantes, flexibles, que aportan más valor.

Una pieza fundamental, la movilidad, para el *digital workplace*, señala Ana Alfaro. Y un paso hacia el *intelligent workplace*. Es decir, aprender de manera inteligente las necesidades que el usuario tiene, a qué tipo de aplicaciones accede y para qué.

Novedades

En cuanto a las novedades que los cuatro fabricantes van a ofrecer al mercado empresarial, en este 2019, pasan por

cómo hacer más inteligente el puesto de trabajo y la integración entre diferentes aplicaciones, en el caso de VMware. Algo a lo que también se tiende desde Citrix, con el objetivo de optimizar, en mayor medida, el flujo de trabajo de los usuarios para que sean más productivos.

En cuanto a Samsung, algunas de sus novedades pasan, además de por el lanzamiento de nuevos dispositivos, por la productividad y el valor añadido del hardware, con avances en su plataforma de inteligencia artificial y en su estrategia de securización de sus dispositivos, desde el principio.

En Check Point, su misión, como siempre, será cubrir todas las amenazas que vayan surgiendo, introduciendo nuevos motores de inteligencia artificial, *machine learning*...



La realidad de la movilidad empresarial, al minuto

Desde nuestra redacción queremos ayudarle y para ello hemos desglosado el debate en varios apartados, con el fin de que elija el que más le interese, haciendo clic para dirigirle al contenido relacionado, aunque puede ver el vídeo completo e ir avanzando o retrocediendo gracias a la barra de tiempo situada en la parte inferior.

- 01m. 00seg.** La **realidad del *mobile first*** en el panorama empresarial español.
- 07m. 55seg.** **Diferentes generaciones** de empleados, entendiendo la movilidad de diferente manera.
- 21m. 34seg.** **CIO y movilidad.** Luces y sombras.
- 29m. 48seg.** **Experiencia de usuario.** Estrategias a llevar a cabo.
- 32m. 00seg.** Batallando con la **seguridad**.
- 37m. 36seg.** **BYOD**, la realidad que se impone.
- 42m. 20seg.** ¿Existe la misma sensibilización a **información crítica** en movilidad que en no movilidad?
- 48m. 20seg.** Cómo **securizar el dato** en movilidad.
- 50m. 21seg.** **Securización** de la gestión de contenido móvil, la gestión de aplicaciones móviles y la gestión de identidad móvil.
- 53m. 07seg.** ¿**Hacia dónde va** el mundo de la movilidad empresarial?
- 01h. 00m. 25seg.** **Novedades** de los fabricantes para 2019.





Check Point: “Es fundamental proteger infraestructuras móviles”

La seguridad es fundamental a la hora de proteger las infraestructuras móviles. Así lo defiende Eusebio Nieva, director técnico de Check Point para España y Portugal, en este vídeo en el que destaca que esta protección tiene que dirigirse tanto a la parte de los dispositivos, como a la de los servicios consumidos en los mismos ya que, tal y como advierte, “cualquier punto débil en la cadena va a suponer un riesgo extremo”. ¿La razón? El foco que los ciberdelincuentes están poniendo en los dispositivos móviles.

VER VÍDEO



Eusebio Nieva, director técnico de **Check Point** para España y Portugal



Check Point
SOFTWARE TECHNOLOGIES LTD



Citrix: hacia el puesto de trabajo inteligente

Ana Alfaro, directora de marketing de Citrix España, explica en este vídeo, cómo desde su compañía intentan facilitar las nuevas necesidades de los trabajadores que pasan por un acceso único y seguro a las aplicaciones, a los datos, de una forma securizada dentro de un entorno completamente seguro.

¿Cómo ven el futuro? Alfaro considera que el mismo se dirige hacia un puesto de trabajo inteligente.

VER VÍDEO



Ana Alfaro, directora de marketing de Citrix España

CITRIX®



Samsung apuesta por la ultramovilidad

Samsung mantiene una clara apuesta por la digitalización, algo que, entienden que debe empezar por la movilidad. Juan Pablo Gallardo, *large account sales manager* de Samsung, explica que desde la multinacional coreana están reforzando su estrategia en este sentido con nuevos lanzamientos de dispositivos que, al mismo tiempo, refuerzan la transformación del puesto de trabajo.

En este vídeo Gallardo describe no solo los últimos lanzamientos sino también cómo acompañan a sus usuarios en el proceso de digitalización.

VER VÍDEO



Juan Pablo Gallardo, *large account sales manager* de Samsung

SAMSUNG



Workspace ONE de VMware para una mayor flexibilidad en el trabajo

Los espacios de trabajo están cambiando debido a que la mentalidad de los empleados también lo está haciendo. Las compañías buscan dar respuesta a las demandas de una mayor flexibilidad y mejor experiencia, para conseguir mejores resultados y retener el talento. Desde VMware, Eugenio Gil, *EUC enterprise sales specialist*, comenta que el puesto de trabajo digital es quien debe hacerlo, garantizando, al mismo tiempo, la seguridad de los datos.

¿Qué propone VMware para esto? Su plataforma Workspace ONE.

VER VÍDEO



Eugenio Gil, *EUC enterprise sales specialist* de VMware

