

- AOC E2460P
- acer Liquid S1

Redes Sociales en la empresa

- ¿Debe estar una empresa en una Red Social?
- ¿Cuáles son las redes más útiles?
- Montar una red social interna

Servicios financieros en la Red

Tecnología y crisis

Te ayudamos a potenciar tu negocio

Con Vodafone Integral Empresas, conecta tu negocio con la red más rápida

Infórmate en el 1443 o en potenciatunegocio.com

Vodafone
Power to you



Accenture y Meta 4 no lo han debido hacer muy bien en Telemadrid. Desde hace unos meses, toda la parte de Nóminas y Recursos Humanos del canal de televisión madrileño, que gestionaban de siempre estas firmas, lo implementa Cap Gemini. Ninguna de las partes ha develado públicamente las razones concretas de este cambio.



¿Se mueren los medios impresos?

¿ Se acuerdan de aquel viejo debate sobre la desaparición de la radio cuando empezó a emitir la televisión?

Pues seguro que no, porque yo tampoco me acuerdo, que tampoco soy tan viejo. En realidad, no lo viví, pero sí recuerdo el debate posterior y las afirmaciones catastrofistas para la radio por parte de un montón de profetas. La realidad ha sido bien distinta y las pruebas de la salud de la radio bien claras.

Estos hechos me sirven para argumentar que lo mismo va a ocurrir con las disquisiciones sobre la muerte del “papel”, frente a la fuerza de los contenidos online. Estoy convencido de que van a convivir y que, al final, se complementarán e, incluso, puede que sean paralelos, es decir, que el uno no tenga nada que ver con el otro: que vayan a públicos diferentes.

El argumento principal de quienes opinan que el papel se muere lo basan en que los jóvenes no compran periódicos. Y es cierto, pero tampoco los leen en la web. Tal vez, la web tendrá más que ver con la rapidez asociada a la vida de hoy, con la necesidad de recoger mucha y variada información en poco tiempo, con vistas a tomar una decisión concreta.

El papel nos dará esa serenidad de lectura tranquila y reposada, más de ocio y disfrute que de negocio, de poder escuchar el sonido del cambio de página para pasar a un tema completamente diferente.

Nosotros, en Byte TI y en MKM Publicaciones, como no lo tenemos claro, apostamos por igual por las dos fórmulas: papel y online.

Juan Manuel Sáez. **Director**

Sumario

E N E R O 2 0 1 4

EN PORTADA

**Redes sociales
empresariales**

30

N.º 212 • ÉPOCA III

Director

Juan Manuel Sáez
(juanmsaez@mkm-pi.com)

Redactor Jefe

Manuel Navarro
(mnavarro@mkm-pi.com)

Coordinador Técnico

Javier Palazon

Colaboradores

S. Velasco, R. de Miguel, I. Pajuelo, O. González, D. Rodríguez, JR. Jofre, F. Jofre, J.L. Valbuena, M.ª J. Recio, MA. Gombáu, J. Hermoso, JC. Hernández, C. Hernández, M. Barceló, A.Barba.

Fotógrafos

E. Fidalgo, S. Cogolludo, Vilma Tonda

Ilustración de portada

Javier López Sáez

Diseño y maquetación

E. Herrero

WebMaster

NEXICA
www.nexica.es

REDACCIÓN

Avda. del Generalísimo, 14 – 2º B
28660 Boadilla del Monte
Madrid
Tel.: 91 632 38 27 / 91 633 39 53
Fax: 91 633 25 64
e-mail: byte@mkm-pi.com

PUBLICIDAD

Directora comercial: Isabel Gallego
(igallego@mkm-pi.com)
Tel.: 91 632 38 27
Ignacio Sáez (nachosaez@mkm-pi.com)

DEPARTAMENTO DE SUSCRIPCIONES

Tel. 91 632 38 27
Fax.: 91 633 25 64
e-mail: suscripciones@mkm-pi.com
Precio de este ejemplar: 5,75 euros
Precio para Canarias, Ceuta y Melilla:
5,75 euros (incluye transporte)

Impresión

Gráficas Monterreina

Distribución

DISPAÑA

Revista mensual de informática
ISSN: 1135-0407

Depósito legal

B-6875/95

© Reservados todos los derechos

Se prohíbe la reproducción total o parcial por ningún medio, electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabados o cualquier otro sistema, de los artículos aparecidos en este número sin la autorización expresa por escrito del titular del Copyright. La cabecera de esta revista es Copyright de CMP Media Inc. Todos los derechos reservados. Publicado con la autorización de CMP Media Inc. La reproducción de cualquier forma, en cualquier idioma, en todo o parte sin el consentimiento escrito de Publicaciones Informáticas MKM, queda terminantemente prohibida. Byte es una marca registrada de CMP Media Inc.

ENERO de 2014
Printed in Spain



EDITA

Publicaciones Informáticas MKM



10

Novedades



42

COMPARATIVA



TENDENCIAS

58

- 4 **CARTA DEL DIRECTOR**
- 8 **RECOMENDAMOS**
- 12 **NOVEDADES**
- 25 **ANÁLISIS**
- 28 **ENTREVISTA**
- 30 **EN PORTADA**
Redes Sociales
- 42 **COMPARATIVA**
Ultrabooks
- 58 **TENDENCIAS**
- 66 **TEMPORAL**
Por Miquel Barceló

Análisis



25

NUEVO HO

MÁXIMA FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO PARA

Los Centros de Datos de 1&1 se encuentran entre los más seguros y eficientes del mundo. Además, una red múltiple y redundante de más de 300 Gbit/s garantiza la mejor disponibilidad.



MÁS EFICIENCIA: RENDIMIENTO CDN

La nueva versión de CDN (Content Delivery Network) garantiza un rendimiento máximo para tu página web.

NUEVO: Ahora también para dispositivos móviles y con una red global de 23 PoPs repartidos en diferentes backbones, donde se almacenan localmente y se distribuyen no solo los datos estáticos de tu web, sino también el contenido dinámico, reduciendo considerablemente el tiempo de carga.

MÁS SEGURIDAD: SECURITY SCAN

Con 1&1 SiteLock, tu web y el contenido de sus páginas estarán protegidos de forma activa frente a ataques externos, malware o acceso de hackers.



INCLUIDO: Escáneres diarios de malware y escáneres completos de tu web cada 30 días. ¡Protege tu web y tus visitas contra virus y troyanos!

MÁS CONFIANZA: GEORREDUNDANCIA

Gracias a una Infraestructura geo-redundante, 1&1 te ofrece una seguridad y una disponibilidad máximas: tus datos estarán alojados de forma paralela en dos centros de datos diferentes en Europa. Si cualquier elemento falla, este será reemplazado automáticamente por otro para que tu página web esté siempre disponible. Además, backups diarios de toda la Infraestructura garantizan una seguridad máxima.



DOMINIOS | CORREO | HOSTING | TIENDAS ONLINE | SERVIDORES

* Todos los packs de hosting incluyen 30 días de prueba con reembolso del 100% garantizado, sin compromiso de permanencia ni coste por alta de servicio. Opción "12 meses de pago por adelantado" desde 2,99 €/mes. Los precios mostrados no incluyen IVA. Para más información, consulta nuestras Condiciones Particulares en 1and1.es.

STING

RA TUS PROYECTOS WEB

COMPLETAS TARIFAS PARA
PROFESIONALES

Desde **2,99** €/mes*



TODO INCLUIDO

- 1 dominio a elegir entre: .com, .es, .info, .name, .net, .org, .biz, .eu, .com.es y .org.es
- Potencia ilimitada: espacio web, tráfico, cuentas de correo, bases de datos MySQL
- Sistema operativo Linux o Windows

APPS DE ALTO RENDIMIENTO

- Más de 140 Apps (Drupal™, WordPress, Joomla!™, TYPO3, Magento®...)
- Soporte especializado para cualquier duda

MÚLTIPLES FUNCIONES

- Software profesional: Adobe® Dreamweaver® CS5.5 y NetObjects Fusion® 2013 incluidos
- 1&1 Editor Web Móvil
- **NUEVO:** PHP 5.5, Perl, Python, Ruby

MARKETING PROFESIONAL

- 1&1 Optimización Web
- 1&1 Estadísticas Web
- Créditos Facebook®
- 1&1 Herramienta de Newsletter

TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA

- Máxima disponibilidad gracias a la georedundancia
- Más de 300 Gbit/s de conexión de red
- 2 GB de RAM garantizados
- **NUEVO:** 1&1 CDN powered by CloudFlare®
- **NUEVO:** 1&1 SiteLock Security Scan incluido

☎ 902 585 111



1&1

1and1.es

Toshiba Satellite NB10

Toshiba ha lanzado al mercado un nuevo mini ordenador portátil con el que la compañía redefine el mercado de consumo y establece un nuevo estándar tecnológico. Los nuevos modelos, denominados Satellite NB10 y Satellite Pro NB10, se caracterizan por ofrecer todas las funciones de un portátil estándar, incluso su potencia de procesamiento, pero con el formato y precio de los mini-portátiles.

Tal y como destaca la propia compañía "con este lanzamiento, Toshiba vuelve a liderar la oferta en el mercado de consumo, ya que las prestaciones de los nuevos Satellite NB10 son inigualables en este tipo de productos de pequeño formato y bajo coste. Los nuevos modelos, de tan sólo 2 cm de grosor y 1,3 kg. de peso, estarán disponibles en color plata o negro e incorporan una pantalla de 11,6" de alta definición o táctil y un te-



clado completo. Integran los últimos procesadores Intel Celeron o Intel Pentium, hasta 4 GB de memoria, discos de 500 GB y Windows 8".

Por otro lado, incluyen una variada colección de puertos de tamaño completo (lo que evita comprar cables adicionales y adaptadores): VGA, HDMI, dos USB (uno USB 3.0) y ranura SD. También tienen conectividad inalámbrica Wi-Fi y por cable, a través de un puerto LAN.

Ambos modelos disponen de Windows 8 y tendrán versiones con pantalla táctil, para aprovechar al máximo

este sistema operativo. Tienen altavoces estéreo con tecnología para la mejora del audio DTS Sound y WebCam de Alta Definición con micrófono estéreo integrado. Estos portátiles se han diseñado para ofrecer un mantenimiento sencillo con un fácil acceso al disco duro, la RAM y el módulo WiFi. El diseño de la BIOS EFI permite configurar prestaciones de seguridad, como el arranque seguro y también incluye bloqueo Kensington para evitar el robo. Precio: 369 €. La versión con pantalla táctil 429 €. Ambos precios son con IVA.

ZTE Grand Memo

ZTE ha anunciado la llegada del dispositivo móvil ZTE Grand Memo al mercado español de la mano de la operadora Yoigo y en el mercado libre. El phablet ZTE Grand Memo cierra un año de gran actividad en España en cuanto a lanzamientos de dispositivos de la marca asiática, que aspira gracias a estas novedades a convertirse en una marca de referencia en el mercado español en los próximos años. ZTE Grand Memo es un dispositivo de grandes dimensiones y alta calidad con un diseño muy trabajado. Cuenta con una pantalla de 5,7 pulgadas HD TFT IPS con 1280x720 píxeles, perfecto para visionar y

grabar vídeos en calidad HD. En su interior corre el procesador Qualcomm APQ8064+9215M Quad Core a 1.5GHZ que, junto con la memoria de 2GB DDR de RAM y sistema operativo Android 4.2, proporciona una gran fluidez en la experiencia de usuario. Posee memoria interna de 16 GB ampliable mediante Micro SD y una cámara trasera de 13Mpx con autoenfoco, además de cámara delantera de 1Mpx. La batería de 3200mAh proporciona autonomía perfecta para el uso continuado del terminal. En cuanto a conectividad, viene preparado para usarlo con redes 4G, Bluetooth 4.0, DLNA



y NFC, entre otras características. Este terminal fue presentado en el pasado Mobile World Congress 2013 de Barcelona y se convirtió en una de las sensaciones de la feria, donde se le consideró una de los dispositi-

vos más prometedores para los meses siguientes.

Con la llegada de este phablet, ZTE pretende aumentar su cuota de mercado en nuestro país al lanzar un terminal de gama alta.

Gestión y monitorización remota

Con el objetivo de ayudar a los departamentos de TI y proveedores de servicios en el control, gestión y protección de todos los dispositivos de las organizaciones, Panda Security ha anunciado nuevas funcionalidades y mejoras en Panda Cloud Systems Management (PCSM), la solución de gestión y monitorización remota desarrollada para gestionar, monitorizar y dar soporte a todo tipo de dispositivos. Además de facilitar la ejecución de auditorías, control, distribución y actualización de software y monitorización de los equipos de forma remota, PCSM ahora también incluye gestión MDM (Mobile Device



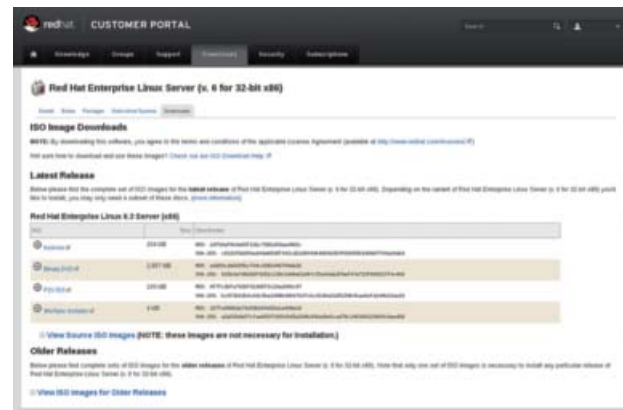
Management) para controlar todos los dispositivos móviles de forma centralizada y sencilla.

Todas estas capacidades repercuten positivamente en la empresa, generando un importante ahorro de costes y una gran simplificación de los procesos. La variedad de plataformas en los dispositivos móviles, su movilidad y su creciente presencia en las empresas complica mucho las tareas

de control. Por este motivo, ahora Panda Cloud Systems Management incluye la función de gestión MDM (Mobile Device Management), que permite gestionar desde una única consola web todos los portátiles (netbooks, ultrabooks, etc.) Windows y Mac OS X, así como tabletas y smartphones, ya sean Android o iOS, que se encuentren dentro y fuera de la oficina.

Red Hat Enterprise Linux 6.5

Red Hat ha anunciado la disponibilidad general de Red Hat Enterprise Linux 6.5, la versión más reciente de Red Hat Enterprise Linux 6. Red Hat Enterprise Linux 6.5 amplía la visión de Red Hat de proporcionar una plataforma empresarial con la estabilidad para permitir a las TI asumir mayores retos de infraestructura y la flexibilidad para gestionar futuros requisitos, con un amplio ecosistema de partners y soporte. Red Hat Enterprise Linux 6.5 está diseñado para aquellos que construyen y gestionan grandes y complejos proyectos de TI, especialmente para las empresas que requieren una nube híbrida abierta.



Desde seguridad y networking hasta virtualización, Red Hat Enterprise Linux 6.5 proporciona las capacidades necesarias para gestionar estos entornos, como por ejemplo herramientas que permiten la rápida

sintonización del sistema para ejecutar aplicaciones SAP basadas en las mejores prácticas publicadas desde SAP.

La nueva versión continúa apostando por una funcionalidad de seguridad integrada.

STRATO REDUCE EL PRECIO DE LOS DOMINIOS

STRATO ha puesto en marcha un portal para que aquellos interesados en registrar dominios con las nuevas terminaciones de primer nivel como .madrid, .barcelona, .blog, o .app puedan crear su lista de favoritos para adquirirlos en cuanto estén disponibles. Los interesados en adquirir un dominio con las nuevas extensiones pueden solicitarlo sin compromiso. De esta manera, sabrán cuándo puede registrar el dominio con esa extensión y podrán asegurarse una buena posición en el proceso de adquisición de su dominio. Más información sobre la lista de dominios y todas sus ventajas en <http://www.strato.es/nuevas-terminaciones-dominios/>. Solicitar un dominio con la lista de STRATO es rápido y sencillo: los interesados añaden uno o más a su lista de favoritos, así como su nombre y dirección de e-mail. STRATO enviará una confirmación de los dominios solicitados e informará al interesado con regularidad sobre el estado de aprobación de las extensiones. STRATO no ofrece una lista de espera: todo aquel que esté interesado y que se inscriba en la lista será informado del estado de las extensiones y tendrá la misma oportunidad de registrar su dominio, independientemente de cuándo lo haya solicitado.

HP afianza su liderazgo en Discover 2013

HP ha congregado en Barcelona a clientes y partners de todo el mundo para mostrarles lo que esta empresa está denominando como el Nuevo Estilo de TI. Esto se tradujo en la presentación de nuevos y potentes equipos que pretenden liderar las mejores ofertas para dar soluciones reales a los clientes que lo requieran en las áreas de Almacenamiento, Big Data y Cloud Computing. La propia CEO de la compañía, Meg Whitman, participó en el evento que contó con más de 9.000 clientes, partners y periodistas de todo el mundo. **Juan Manuel Sáez (Barcelona)**

Los periodistas españoles que tuvimos la oportunidad de seguir este Discover pudimos también charlar con los responsables de las diferentes unidades de negocio de Iberia. Uno de ellos, Carlos Preciado, responsable de "Storage", se mostró optimista por la marcha que lleva su negocio en los últimos meses, vaticinando que en 2014 la mejora va a ser sustancial. En concreto citó la gama media como el principal impulsor de ese posible

crecimiento. Además, añadió que a mitad del próximo año habrá nuevos anuncios y una nueva organización que revitalizará aún más este negocio.

Noel Goicoechea, responsable de Servidores, por su parte, destacó que toda la oleada de sistemas convergentes que llegan no van a restar ventas de las gamas de equipos a los que sustituyen, a pesar de que supondrán ahorros de hasta un treinta por ciento para los clientes. Banca,

Industria y Telecomunicaciones son los sectores que ve con más posibilidades para 2014. Hizo mucho hincapié en la importancia de la presentación de los nuevos equipos Moonshot. Con los anuncios de la gama 300 y 700 esperan un gran éxito, unido a la aplicación HDI, que sustituye a la vieja VDI, y que permitirá una gran mejoría en la gestión y el rendimiento, gracias a los cuatro procesadores Opteron de AMD que incorporan, en el que, a di-



ferencia de los anteriores, cada uno de esos procesadores da servicio a los puestos de trabajo de forma individual con un rendimiento muy superior.

HAVEN 2.0

La principal novedad en el apartado del Software viene dado por el próximo lanzamiento de la versión 2.0 de HAVEn, tal como nos explicó su responsable Francisco Javier Manzanero. “Con HAVEn 2.0 vamos a lanzar un programa para dotar esa “n”. Hemos hecho el anuncio de la plataforma para que nuestros clientes capitalicen la oportunidad que se les presenta. Ahora, lo que vamos a lanzar es una plataforma de desarrollo para que ISVs y partners desarrollen, como si se tratara de una comunidad de desarrolladores que dé contenido”. Reveló también que “nuestro objetivo es pasar a ser el proveedor de infraestructura base para todo aquel cliente que quiera acometer un proyecto de Big Data, lo acometa con nuestra plataforma”.

Además, ha anunciado sus nuevas ofertas de HP ConvergedSystem y HP Converged Storage para proporcionar a las compañías velocidad, agilidad y reducción de costes a la hora de desplegar los centros de datos de próxima generación que impulsarán el éxito de las organizaciones del futuro. HP ConvergedSystem reduce el coste del camino hacia la virtualización. HP ConvergedSystem es una nueva línea de producto diseñada desde cero y basada en arquitecturas y activos del siglo XXI para un Nuevo Estilo de TI. Creada utilizando los mejores servidores, almacenamiento, software y servicios de la Infraestructura Convergente de HP, la nueva familia de productos HP ConvergedSystem proporciona una experiencia de sistemas totalmente innovadora.

• HP ConvergedSystem for Virtualization ayuda a los clientes a

escalar de forma sencilla los recursos de computación para satisfacer las necesidades del negocio con sistemas de virtualización modulados y preconfigurados que soportan de 50 a 1.000 máquinas virtuales, con el doble de rendimiento y a un precio de entrada un 25% menor que las ofertas de los competidores.

• HP ConvergedSystem 300 para Vertica acelera la analítica de Big Data, ayudando a las organizaciones a transformar los datos en conocimiento útil con un rendimiento de 50 a 1.000 veces más rápido y un coste por Terabyte un 70% menor que con sistemas de almacenamiento de datos tradicionales.

• HP ConvergedSystem 100 para Escritorios Remotos, basado en el servidor HP Moonshot, proporciona una experiencia de escritorio superior en comparación con la infraestructura de escritorio virtual tradicional. Este primer PC en un chip para el centro de datos proporciona un rendimiento de gráficos seis veces más rápido con un coste de propiedad un 44% menor.

Los productos HP ConvergedSystem cuentan, además, con un modelo de soporte unificado de HP Proactive Care, proporcionando a los clientes un único punto de responsabilidad para todos los componentes del sistema, incluyendo software de partners. HP también ofrece capacidades de consultoría para planificar, diseñar e integrar las ofertas de HP ConvergedSystem en soluciones más amplias de Cloud, Big Data y Virtualización, al tiempo que despliegan las cargas de trabajo físicas y virtuales en el nuevo HP ConvergedSystem de los clientes. Precio y disponibilidad

• HP ConvergedSystem para Virtualización y HP ConvergedSystem para Escritorios Remotos están disponibles en todo el mundo.



SOBRESALIENTE

ONO

En los últimos doce meses, el servicio ‘Ono Móvil’ captó más de 600.000 nuevas líneas móviles en uno de los ejercicios más competitivos en el mercado de los últimos años. ‘Ono Móvil’ se ha consolidado como una importante palanca de crecimiento. Gracias a ello la compañía ha alcanzado un importante objetivo en el mes de diciembre, con más de un millón de clientes móviles.

WINCOR NIXDORF

Wincor Nixdorf AG completa el año fiscal 2012/2013 con un crecimiento anual del 5% en ventas netas y un significativo incremento del 31% en beneficio operativo (EBITA). En total, las ventas netas generadas por el proveedor de soluciones TI para bancos y retailers en el año fiscal 2012/2013 ascienden a 2.465 millones de euros (2011/2012: 2.343 millones), mientras el EBITA aumenta a 132 millones de euros (2011/2012: 101 millones)



MUY DEFICIENTE

4G

Los usuarios, de momento, no ven el valor que les aporta 4G según un estudio llevado a cabo por Comparaiso.es. El estudio pone de manifiesto que el consumidor español tiene un gran desconocimiento de la tecnología de red ultrarrápida para móviles. Este desconocimiento afecta en general a toda la población, incluso a los que ya tienen 4G en sus teléfonos móviles. De los encuestados, sólo el 22% reconoce tener un cierto conocimiento, mientras que un 39% no sabe nada o prácticamente nada del 4G.

SERVIDORES

iDC acaba de hacer públicos los datos trimestrales del mercado de servidores. De acuerdo con los datos disponibles de la consultora, los ingresos se redujeron un 3,7% en el Q3, en comparación a los obtenidos en el mismo periodo del año anterior hasta alcanzar los 12.100 millones de dólares. se trata del tercer trimestre consecutivo de disminución de en los ingresos

F5 anuncia un nuevo Ecosistema de Partners para soportar Synthesis

La compañía presume del gran número de partners con los que cuenta

F5 Networks anuncia el apoyo de un gran número de partners a su nueva visión de arquitectura Synthesis. F5 mantiene una completa comunidad de partners y Synthesis promueve nuevos puntos de colaboración con este fabricante al abarcar, con gran flexibilidad, las propuestas tecnológicas de un gran número de proveedores TI. Así lo anunció en una reunión con los medios de comunicación especializados el director general para Iberia de la compañía, Ricardo Maté.

La arquitectura abierta de F5 proporciona a los partners una sólida base para la prestación de servicios de valor añadido y para satisfacer las necesidades actuales y futuras de las empresas y de los proveedores de servicios. Synthesis cuenta con elementos que han sido especialmente diseñados para ayudar a los partners de F5 a trasladar a sus clientes beneficios como:

n Un entorno de alto rendimiento para el soporte de servicios TI - Los productos físicos y virtuales de F5 conforman un tejido multi-tenant y flexible para proporcionar Servicios de Aplicación Definidos por Software™ (SDASTM). Este enfoque permite a las organizaciones combinar las soluciones de F5, de sus socios tecnológicos y de otros proveedores para afrontar las cambiantes necesidades del negocio. Synthesis puede soportar hasta 1,28 millones de solicitudes agrupando hasta 32 plataformas desplegadas a través de cualquier

combinación de recursos de hardware, software o cloud, lo que proporciona un rendimiento de 20,5 TB y una capacidad de conexión de 9.200 millones. La gestión unificada permite el aprovisionamiento automático de este tejido de servicios reduciendo las sobrecargas de operaciones asociadas a los procesos manuales.

n Orquestación inteligente de servicios - Más allá de combinar tecnologías diferentes, Synthesis permite a empresas y proveedores de servicios gestionar, escalar y automatizar el conjunto más completo de servicios de aplicación para satisfacer los requerimientos de dispositivos, redes y aplicaciones, garantizando la fiabilidad, la seguridad y el rendimiento. Esto ayuda a las empresas a ahorrar costes en la configuración de sus infraestructuras manteniendo, al mismo tiempo, la capacidad de adaptar sus sistemas y desplegar nuevos servicios en el momento en el que lo necesiten.

n Sencillez en la comercialización - F5 ha mejorado su modelo comercial. F5 también seguirá perfeccionando este modelo incorporando nuevas oportunidades que se ajusten a las preferencias de sus clientes en cuanto al mantenimiento de sus centros de datos, incluidos los definidos por software.

Synthesis presenta una arquitectura abierta para SDAS basada en APIs estándar que permite a los partners reforzar un entorno de alto rendimiento para ofrecer un amplio conjunto de servicios.



Por Fernando Jofre

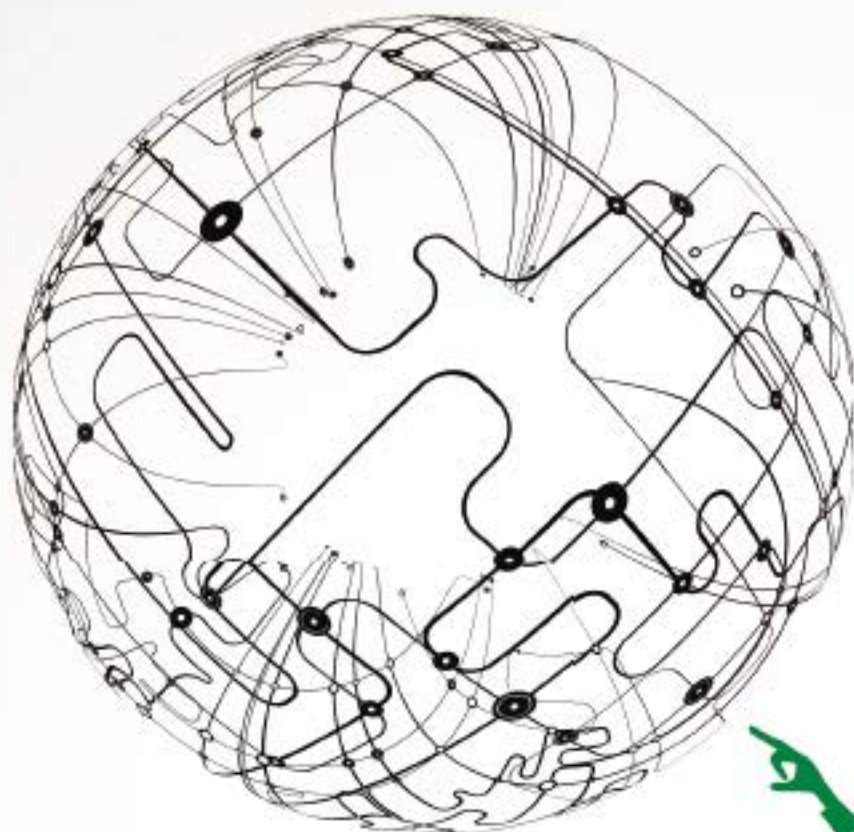
WiFi gratis en Madrid. ¿Dónde informarnos?

Cerrando el año 2013, el Ayuntamiento de Madrid y Microsoft presentaron una iniciativa conjunta para facilitar la vida digital y conectada tanto a los madrileños como a sus visitantes.

Vivimos conectados y no sólo en el trabajo, sino también en nuestra vida personal. Cuando veo a otros padres llevando a sus hijos al colegio, con una mano llevan a su hijo y con la otra están como locos *wassapeando* con el móvil. O si no, consultando su buzón personal o corporativo, que no puede esperar a que lleguen a la oficina. Lo mismo ocurre con los viajeros de los autobuses municipales (que en Madrid más de 1000 disponen de conexión WiFi gratuita con el patrocinio de Gowex).

Pensando en el perfil profesional, Microsoft ha encargado un estudio a Harris Interactive, en el que se han entrevistado a 1.000 profesionales de nuestro país. De él se desprende que el 57% de los encuestados considera "primordial" poder acceder a sus documentos desde cualquier lugar y el 46% necesita hacerlo desde cualquier dispositivo, y además un 37% de los trabajadores españoles afirma que se le ocurren las mejores ideas fuera de la oficina. Total, que necesitamos estar conectados. Por otro lado, nuestros planes de datos no se pueden estirar infinitamente, por lo que siempre es de agradecer que nos podamos enganchar a alguna WiFi de calidad, y si es gratis, mejor que mejor.

Pero... ¿Dónde? Pues aquí entra de lleno esta iniciativa. Se ha montado un portal (www.conectandomadrid.com) en el que nos podemos informar de los puntos WiFi disponibles, tanto en la vía pública como en establecimientos públicos y privados. Y de paso, probar durante un mes y gratuitamente Office 365, para experimentar lo que es la vida conectada y trabajar con las herramientas más comunes (Word, Excel, Outlook, PowerPoint) de forma online y colaborativa. En el momento de la presentación ya contaban con más de 500 puntos referenciados y esa cifra crecerá seguro a toda velocidad, ya que es un servicio de información gratuito tanto para el interesado en conectarse como para el negocio que quiera promocionarse.



Fomentar la innovación en su organización es la forma más eficaz de afrontar los nuevos retos. Es una oportunidad para implantar procesos avanzados en ahorro y sostenibilidad. Hacer más por menos, ser más eficientes y productivos.

innovaciónactiva
www.leclisa.com

INFORMÁTICA
El Corte Inglés



CONSULTORÍA TECNOLÓGICA - SOLUCIONES TIC - OUTSOURCING

ARGENTINA | BRASIL | CHILE | COLOMBIA | COSTA RICA | EE.UU. | MÉXICO | PANAMÁ | PERÚ | PORTUGAL | REINO UNIDO | REPÚBLICA CHECA | REPÚBLICA DOMINICANA

SanDisk lanza un USB con Wifi incorporado

SanDisk ha presentado en España el SanDisk Connect Wireless Flash Drive.

Este nuevo dispositivo inalámbrico representa la nueva generación de almacenamiento portátil que proporciona una manera más fácil de acceder a contenidos en múltiples dispositivos móviles y compartirlos.

Próximamente también estará disponible el SanDisk Connect Wireless Media Drive, otro dispositivo de SanDisk dentro de esta familia de productos, tal y como adelantó Christophe Roca, Regional Marketing Manager de la compañía.

SanDisk Connect Wireless Flash Drive proporciona comodidad a un precio asequible para aquellos consumidores con varios dispositivos, a la hora de guardar, compartir y emitir contenidos vía streaming, en distintos dispositivos móviles y ordenadores. Se trata del dispositivo de almacenamiento USB más pequeño que existe. Esta memoria permite a los usuarios disfrutar hasta 32GB1 de almacenamiento extra para sus dispositivos, sin necesitar ni cables ni una conexión a Internet. Pueden acceder a fotos, películas, música y documentos de manera simultánea en el disco desde múltiples dispositivos ubicados

por toda la casa o en movilidad, con hasta cuatro horas de streaming continuo con solo una carga de la batería2.

FÁCIL DE USAR Y COMPATIBLE

SanDisk Connect Wireless Flash Drive es compatible con iPhone, iPad, iPod touch, Kindle Fire y dispositivos Android™, además de ordenadores PC y Mac3. Se puede cargar películas, música, fotos y documentos simplemente al arrastrar y soltar los archivos y acceder a ellos a través de las aplicaciones de SanDisk Connect disponibles para su descarga de la App Store, Google Play™ Store y la Amazon Appstore para Android.

SanDisk Connect Wireless Media Drive es el compañero perfecto para los que siempre están en la carretera o aquellos padres que necesitan un entretenimiento 'listo para disfrutar'. Los usuarios pueden llevar contenidos como películas en alta definición (HD3), vídeos, música y fotos consigo a donde vayan con facilidad. Este dispositivo de diseño atractivo y tamaño bolsillo, está diseñado para la comodidad y portabilidad, y ofrece hasta ocho horas continuas de streaming con solo una carga de la batería2. Está disponible en capacidades de hasta 64 GB y tiene una ranura para tarjetas de memoria SDHC/SDXC, que permite a los usuarios guardar y compartir más contenidos o ver fotos de alta calidad cómodamente en un dispositivo móvil desde la tarjeta de memoria.



Por Manuel Navarro

El sector TIC se estanca en España

Es evidente que por mucho que se empeñen algunos la crisis sigue perenne en la economía española. Los datos son un poco más positivos pero sólo por una razón: no se puede caer más. No se puede afirmar que la crisis se ha terminado. Evidentemente, el incendio parece que se ha acabado, pero todavía quedan por apagar los rescoldos y esperar pacientemente a que el bosque vuelva a germinar. Y para eso queda mucho tiempo todavía. Si además tenemos en cuenta que el Gobierno padece de una inacción alarmante, el camino seguirá siendo largo y tortuoso. Y, ¿por qué afirmo que el Gobierno padece de una inacción alarmante? Pues simplemente porque no apoya a los sectores que realmente pueden generar crecimiento a largo plazo. No hablamos ya de educación, que como pusieron de manifiesto los principales CEOs del sector y del que tuvieron cumplida cuenta de él en el número pasado de BYTE TI, es una asignatura que todos los Gobiernos tienen pendiente desde los años 70, sino del apoyo a sectores estratégicos como el tecnológico. Los datos demuestran esta afirmación:

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha presentado el "Informe sobre el sector TIC y los Contenidos en España 2012", realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). El acto ha estado presidido por el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, acompañado por el director general de Red.es, César Miralles que ha presentado el estudio. El informe muestra la situación actual y la evolución de las principales características estructurales y económicas de las empresas del sector con sede en España.

Según el estudio, la cifra total de facturación del sector TIC y el de los contenidos ascendió a 91.970 millones de euros en 2012, lo que supone un descenso del 8,7% en la facturación del sector respecto al año anterior. Destaca la aportación que hacen las empresas del sector TIC a la facturación total (84,1%), siendo las de servicios TIC las que aportan el mayor volumen de cifra de negocio, con un 81,5% de la facturación total. Mientras tanto el insigne ministro Soria, sigue a verlas venir.

Lenovo recomienda Windows 8.

lenovo FOR
THOSE
WHO DO.

LENOVO FLEX


UN INNOVADOR PORTÁTIL MULTI-MODO A UN GRAN PRECIO.



MODO PORTÁTIL



MODO STAND

 **Windows 8**

Atractivo, rápido y fluido. Windows 8 se ha diseñado para el uso táctil y el tradicional ratón y teclado. ¡Tú eliges!

 Windows 8
Compra este equipo táctil y llévate
25€ GRATIS en apps.
Microsoft

DISPONIBLE EN

Alcampo

El Corte Inglés

MediaMarkt

worten

FileMaker lanza la plataforma FileMaker 13

FileMaker ha presentado su plataforma de última generación para una mayor productividad empresarial

El nuevo software permite que sea aún más rápido y más fácil que nunca crear impresionantes soluciones personalizadas de negocio para iPad, iPhone, Windows, Mac y la web que proporcionan importantes aumentos de la productividad.

“Con FileMaker 13, cualquier equipo de trabajo puede crear soluciones personalizadas que optimizan sus procesos de negocio y reducir el tiempo empleado en el diseño,” afirma Ryan Rosenberg, Vicepresidente de marketing y servicios en FileMaker, Inc. “La Plataforma FileMaker 13 proporciona a las organizaciones aún más opciones para obtener potentes soluciones y a su vez fáciles de usar, incluyendo la innovadora tecnología web, junto con impresionantes nuevas herramientas de diseño para iOS y escritorio.”

FileMaker 13 incluye más de 50 nuevas funciones. Entre las principales destacan:

■ **FileMaker WebDirect**, una tecnología completamente nueva, basada en el navegador HTML5 que permite a los equipos de trabajo crear e implementar soluciones al estilo de escritorio en un navegador web sin necesidad de conocimientos de programación web.

■ **Herramientas para crear increíbles soluciones para iPad e iPhone** que utilizan incluso más el comportamiento iOS, incluyendo paneles deslizantes, paneles flotantes y la posibilidad de escanear documentos utilizando simples gestos. Las presentaciones para iPad e iPhone se pueden ahora crear, en un solo paso; y las solucio-

nes iOS pueden incluir, con un solo clic, la captura de códigos de barras utilizando la cámara del dispositivo y los teclados personalizados para una rápida entrada de datos.

■ **Grandes mejoras en el diseño**, incluyendo la posibilidad de comparar temas personalizados, y la capacidad de arrastrar y soltar los campos de datos de las presentaciones.

■ **Mayor seguridad**, con la encriptación AES 256-bits que bloquea los datos independientemente de donde estén alojados – iPad, iPhone, escritorio o servidor. Es necesario FileMaker Pro 13 Advanced para habilitar la encriptación.

■ **Docenas de nuevas mejoras para los desarrolladores de soluciones**, desde la posibilidad de mostrar u ocultar los objetos de una pantalla basada en la lógica empresarial para facilitar la integración con las aplicaciones web.

■ **Administración de servidor simplificada**, incluyendo una nueva consola de administración basada en HTML5 en FileMaker Server 13 para gestionar las soluciones de negocios desde cualquier lugar.

PRECIOS Y DISPONIBILIDAD

El software FileMaker está disponible de forma inmediata. Precios mensuales desde 9,5€ para FileMaker Pro; 42€ para FileMaker Pro Advanced, y 87€ para FileMaker Server bajo el Acuerdo de licencias por volumen anual que se factura de forma anual. (puede ser necesario un número mínimo de licencias).



Por Óscar González

Pablo Soto vuelve a la carga

El mediático Pablo Soto vuelve a ser noticia en este mundo que se encuentra tan a caballo entre la ilegalidad y la defensa de las libertades. Recientemente ha presentado en sociedad el proyecto Torrents que está basado en tres servicios relacionados pero distintos: un software gestor de descargas, un buscador de archivos y un sitio web corporativo.

Este nuevo servicio (aunque no nuevo en concepto) se presenta como un buscador de ficheros, y al igual que ocurrió en el caso Google, esto le permite ladear el fino borde de la legalidad.

Conviene recordar en este punto que la normativa española favoreció a Google al considerar que ofrecía un servicio de búsquedas, aun cuando esas búsquedas puedan dar como resultado el acceso a descargas de ficheros. Si eres un buscador generalista, no incurres en delito. Parece que es la norma y es esa legislación española de la que se ha aprovechado Soto.

El nuevo proyecto de Pablo Soto ha logrado una inversión inicial de 400.000 euros en una primera ronda de financiación. ¿Estaremos asistiendo al nacimiento del “Mega” español?, ¿utilizarán los usuarios estas webs únicamente atraídos por el renombre de su autor?

En la actualidad el servicio parece que funciona muy bien y ofrece información de descargas bastante exhaustiva y ordenada por otro lado. Pero es un nicho con demasiada competencia y son muchos los interrogantes.

Su éxito dependerá en última instancia del nivel de servicio y de diferenciación que consiga con respecto a sus ya muy asentada competencia, y a cómo y cuánto la justicia quieran impedir su buen funcionamiento. Así que sólo el tiempo y las leyes darán cuenta del éxito del nuevo proyecto.



¿Eres un experto en virtualización? Demuéstralo

JUEGA Y GANA
www.redhatvirtual.com

Los primeros 50 participantes
ganarán esta exclusiva cazadora



Y además, puedes ganar
una fantástica cámara GoPro Hero3
de las 7 que sorteamos

CÁMARAS GOPRO HERO3
7



Consulta las bases de la promoción en www.redhatvirtual.com

VIRTUALIZACIÓN

OPEN SOURCE
EMPRESARIAL

AHORRO
DE COSTES

READY
TO CLOUD

NO LOCK-IN



¡JUEGA YA!



Nokia muestra en España su primera Tablet

Nokia celebró en Madrid su habitual Showroom navideño para presentar las nuevas Tablets que empezará a comercializar en breve.

La compañía ha querido presentar a los medios de comunicación españoles la aplicación Nokia MixRadio con la nueva función Sorpréndeme, presentada hace dos semanas en Nueva York. Este servicio gratuito de música en streaming introduce una interfaz renovada y un modo de funcionamiento único que se nutre automáticamente de los hábitos de escucha, para que el usuario acceda a su propia radio personalizada con solo un toque. Nokia MixRadio aporta modernidad a la experiencia de descubrir artistas o canciones desde cualquier lugar gracias a la opción "Sorpréndeme". Se puede crear un mix totalmente personalizado, exclusivo para cada usuario y cuenta con funciones tan sencillas como "me gusta", "no me gusta" y "favorito" que ayudarán a perfilar el estilo de cada uno.

Este servicio de música en streaming gratuito, exclusivo en los dispositivos Nokia, sigue estando disponible sin anuncios ni suscripciones, y continúa ofreciendo también mixes creados por expertos y famosos para conocer de cerca sus gustos musicales. Además, los mixes se podrán guardar para escucharlos cuando no haya conexión o compartirlos a través de las redes sociales.

Para Reyes Justribó, directora general de Nokia Iberia: "Éste ha sido un año en el que hemos lanzado excelentes productos, como el icónico Nokia Lumia 1020 o el súper ventas Nokia Lumia 520; nos hemos asociado con empresas como Coloud para acompañarlos de accesorios igualmente potentes; y hemos seguido innovando en servicios como la



plataforma HERE de navegación GPS, y también, -como vemos hoy- en la música".

Los asistentes al Showroom navideño de Nokia también pudieron ver y conocer de primera mano, los dispositivos lanzados por la compañía durante este último año y que ya están disponibles en España: el Nokia Lumia 1020, el Nokia Lumia 925, el Nokia Lumia 625 y el Nokia Lumia 520.

Asimismo, los invitados tuvieron acceso a los últimos dispositivos presentados por la compañía en el Nokia World de Abu Dhabi, el pasado mes de octubre: el Nokia Lumia 2520, la primera tableta Windows 8 de Nokia; o los Nokia Lumia 1520 y Nokia Lumia 1320, los primeros smartphones de gran pantalla (6"), perfectamente equipados para el ocio y la productividad, corrien-

do sobre Windows Phone 8.


Y como la música fue el eje central del evento, no pudo faltar la exposición de los mejores accesorios para poder disfrutar de ella. Los ejemplos a continuación:

Los auriculares Coloud Boom que, además de hacer que nuestras canciones favoritas suenen como nunca, incluyen un micrófono integrado y una tecla de control para que puedan recibir y realizar llamadas cómodamente.

Los altavoces portátiles JBL PlayUp y JBL PowerUp, la mejor opción para aquellos que quieren hacer partícipes a los demás de sus temas preferidos. Además, cuentan con la tecnología NFC, que permite vincular fácilmente por Bluetooth los dispositivos para escuchar la mejor música con un solo toque y sin cables.



SOLUCIONES DOCUMENTALES SOSTENIBLES Y EFICIENTES



Muchas son las empresas que ya se han beneficiado de la experiencia, calidad y eficiencia de los servicios de Outsourcing Documental que proporciona Kyocera Document Solutions.

La gestión remota del parque de impresión, el servicio de digitalización o el de reprografía, son algunas de las opciones que Kyocera ofrece a sus clientes para que eliminen tareas superfluas entre sus empleados y dedicarse a lo realmente interesante para la empresa: su negocio.

www.kyoceradocumentsolutions.es



SAP se vuelca con los clientes en SAP Forum

Aunque es un hecho que debería ser asumido por la totalidad de las compañías, no siempre estas se enfocan y centran en sus clientes a la hora de organizar un evento.

Este no ha sido el caso de la germana SAP, que en la celebración del SAP Forum, dejó claro que el cliente es el artífice de su existencia. Más allá de recordar toda la novedosa gama de producto de la empresa así como la multitud de mercados en los que está inmersa la compañía con sus soluciones (movilidad, cloud, redes, HANA y por supuesto ERP) el evento se convirtió en un constante agradecimiento a clientes y partners. A cambio éstos respondieron con una multitudinaria presencia, desbordaron las previsiones más optimistas. Y dentro de ese agradecimiento, destacaron los SAP Quality Awards, los galardones con los que reconoce los proyectos de mayor calidad en la implantación de sus soluciones. En esta edición se han presentado 18 proyectos, de los que el jurado, compuesto por responsables de la consultora Penteo, profesores de Escuelas de Negocio, miembros de la Asociación de Usuarios de SAP España (AUSAPE) y directivos de SAP, ha elegido a los 9 ganadores.

Los proyectos se han dividido en tres niveles, en función de la envergadura de la implantación: Grandes, Medianas y Pequeñas. Dentro de cada una de ellas, se han establecido tres categorías: Gold al proyecto ganador y Silver y Bronze al segundo y al tercero. Los galardonados como Gold han sido Ferrovial en grandes implantaciones, Fundosa Grupo en medianas y BBVA Seguros en pequeñas. Los premios de la categoría Silver han ido a parar a Canal de Isabel II Gestión en grandes implantaciones, ZAGOPE Construções e Engenharia en Medianas y Acciona en Pequeñas. En la categoría Bronze han sido reconocidas la Consejería de Hacienda de la Junta de Castilla y León en grandes implantaciones, EGASA XXI en medianas y Gallina Blanca Star en pequeñas.

João Paulo Da Silva, director general de SAP Iberia, ha manifestado: “Es un placer ver cómo



cada año mejora la excelencia en la calidad de los proyectos de SAP porque como compañía nuestra ambición va más allá de ofrecer soluciones que permitan a las empresas innovar. Queremos que la calidad de las implantaciones sea un factor clave en el grado de satisfacción de nuestros clientes”.

PROYECTOS GANADORES

Ferrovial puso en marcha el denominado Proyecto Marco Polo para mejorar la gestión de central de la información sobre sus productos financieros. Para ello eligió la solución SAP TRM (Treasury and Risk Management) haciendo uso de una Solución de Despliegue rápido (RDS, por sus siglas en inglés). Precisamente, uno de los aspectos más valorados por el jurado ha sido la elección de esta modalidad, que implica una importante reducción de plazos y costes (el 80% de la funcionalidad en el 20% del tiempo frente al enfoque tradicional), así como unos objetivos de negocio claramente definidos y la excelente ges-

tión de riesgos. Este proyecto ha permitido a Ferrovial eliminar la mayoría de las hojas de cálculo utilizadas.

El proyecto de Fundosa se centra en el área de Recursos Humanos y de Analíticas, ya que implantó las soluciones SAP HCM y de Business Intelligence para gestionar la información del personal de las 58 empresas que conforman el grupo, así como para poder extraer y analizar indicadores sobre el desempeño personal de sus empleados. Con esta implantación, el grupo ha conseguido reducir el número de sistemas de RRHH que tenía implantados

BBVA Seguros buscaba mejorar la Planificación y el Control presupuestarios y alinear sus objetivos con el de otras empresas del grupo, para lo que decidió implantar, junto con Accenture, la solución SAP BPC (Business Planning and Consolidation). Los elementos más destacados por el jurado para seleccionar este proyecto ha sido la integración de la metodología AGILE para optimizar la gestión de plazos.

Dell y Red Hat colaboran para desarrollar soluciones cloud de OpenStack empresariales

Dell y Red Hat colaborarán para desarrollar soluciones de nube privada de nivel empresarial basadas en OpenStack para ayudar a los usuarios desplegar modelos de cloud altamente escalables.

Dentro de esta relación, Dell se convierte en la primera empresa en distribuir Red Hat Enterprise Linux OpenStack Platform como OEM. La solución común se construirá sobre la infraestructura Dell y la plataforma Red Hat Enterprise Linux OpenStack Platform. La solución se entregará a través de una práctica de Red Hat Enterprise Linux OpenStack Platform dentro de Dell Cloud Services.

Dell y Red Hat trabajan juntos desde hace más de 14 años para ofrecer valor a los clientes globales mediante la colaboración de las soluciones de Red Hat y la oferta empresarial de Dell. Así como Dell y Red Hat colaboraron en los primeros pasos de Linux, Dell está mostrando su visión al convertirse en el primer distribuidor OEM para Red Hat Enterprise Linux OpenStack Platform. Con el anuncio de hoy, Dell y Red Hat refuerzan su larga colaboración y su compromiso de ayudar a que las empresas acojan con confianza los modelos de cloud computing basados en open source. Con este desarrollo, los usuarios de todo el mundo podrán beneficiarse no sólo de las soluciones comunes, sino también de la experiencia combinada de ambas empresas en la nube, la innovación empresarial, el soporte dedicado y su cartera de servicios.

Dell y Red Hat también contribuirán conjuntamente con código para la comunidad OpenStack y colaborará en Red Hat Enterprise Linux OpenStack Platform 4,



redhat®

actualmente en beta, que integra OpenStack Havana, Red Hat Enterprise Virtualization Hypervisor, y Red Hat Enterprise Linux 6.5. Además, Dell tiene previsto trabajar en estrecha colaboración con Red Hat en varios proyectos de futuro como:

- **OpenStack Networking (Neutron)** que permite Software-Defined Networking y Networking-as-a-Service entre dispositivos de interfaz como tarjetas de interfaz de red virtual, y
- **OpenStack Telemetry (Celiometer)** que proporciona instrumentación de recursos OpenStack, que puede apoyar la monitorización del servicio técnico y los servicios de facturación de clientes.

Por último, Dell se une a Red Hat OpenStack Cloud Infrastructure Partner Network como Alliance Partner, el nivel más alto del programa de afiliación. Red Hat OpenStack Cloud Infrastructure Partner Network conecta a las empresas y los recursos técnicos con terceras compañías de tecnología que se están alineando con los productos ofertados por Red Hat OpenStack.

La plataforma Red Hat Enterprise Linux OpenStack combina el poder de Red Hat Enterprise Linux con la plataforma de nube de Red Hat OpenStack para ofrecer unos cimientos escalables y seguros para construir una nube privada a nivel empresarial. El acuerdo con Red Hat complementa la estrategia de nube de Dell de ofrecer al usuario una tecnología abierta, flexible y escalable para construir, utilizar y controlar infraestructuras de nube.

Además, Dell ofrece Dell Cloud Consulting and Application Services para proporcionar una orientación experta que ayude a evaluar, construir y operar entornos de nube y facilitar y acelerar la adopción de OpenStack empresarial. La experiencia de Dell abarca el espectro de la nube híbrida, con opciones de servicios que van desde la evaluación de preparación para la nube, diseño de infraestructura y operaciones, y diseño de aplicaciones y modernización. Como consecuencia, los usuarios de Dell pueden incrementar su eficiencia y obtener una mayor materialización de los beneficios empresariales del cloud computing.

60 CIOs presencian la propuesta de seguridad disruptiva de Panda Security

Más de 60 CIOs de grandes empresas y administraciones públicas se dieron cita en la Academia de Cine de Madrid para escuchar la novedosa propuesta de Panda Security sobre su servicio PAPS (Panda Advanced Protection Service).

Panda Security comienza su andadura en 1990, pero desde hace quince es la mayor empresa de software de España porque se ha focalizado siempre en la tecnología de base. En un acto organizado junto a BYTE TI, los más de 60 CIOs de algunas de las principales empresas españolas pudieron comprobar cómo esta nueva propuesta de la principal compañía nacional de software supone un enfoque disruptivo frente al tradicional sistema de detección de software maligno centrado principalmente en listas negras y blancas. Lo que diferencia a Panda Security del resto de empresas de la competencia es su tecnología disruptiva. Y es que, el foco de esta multinacional española ha sido siempre la tecnología, y desde hace ya varios años la compañía tiene los pilares necesarios sobre los que se sustenta toda su estrategia: Big Data, analytics, e inteligencia colectiva. Como puso de manifiesto en la inauguración del acto José Sancho, CEO de la Panda Security, “hicimos el primer producto basado en estas técnicas y en la actualidad podemos presumir de tener más de un billón de ejecutables catalogados. La tecnología base ha evolucionado mucho pero en lo que se refiere a la seguridad, la teoría sigue siendo la misma desde hace tiempo: se trabaja sobre las bases de listas negras (bloquear al enemigo), o sobre listas blancas que en este caso no consiste en detener a los fichados sino en dejar pasar a las listas blancas, a los buenos. Las listas blancas funcionan bien, pero tienen un problema: los costes que suponen la ejecución y la administración son prohibitivos, por eso sólo se utilizan en aplicaciones como cajeros o algunas específicas de retail. De forma general, la industria se dirige por otro camino. De lo que se trata es de hacer frente a los que parece que van a hacer algo antes de que lo hagan porque su comportamiento indica que lo van a hacer. Para poder realizar esto hace falta Big Data, censar los programas que se encuentran en cada instalación y ver cómo se com-

portan respecto a los activos críticos, entendiendo por críticos aquellos que si son violados generan un problema serio. Toda la industria se ha dado cuenta de por dónde hay que ir, que necesita una tecnología disruptiva, como la que ofrecemos nosotros, basada en años de experiencia y de I+D y que no suponen un coste elevado para las organizaciones. Por ello, por haber estado desde hace tiempo, hemos llegado antes que el resto de la competencia”. El máximo responsable de la compañía aseguró que quieren convertirse en el Inditex de la seguridad software: “Tratamos de reproducir el fenómeno en el mundo del software: ofrecer la gran moda a precios asequibles”.

EL FUNCIONAMIENTO

¿En qué consiste la propuesta de Panda Security? La propuesta se llama PAPS (Panda Advanced Protection Service) un modelo en el que sólo se ejecuta aquello que es confiable, la ventana de oportunidad para el malware se reduce a cero; se identifican las aplicaciones vulnerables; se identifican y bloquean exploits contra aplicaciones confiables; y se controla el acceso a los datos, permitiendo obtener una trazabilidad completa de las acciones realizadas por las aplicaciones. Y es que, como se puso de manifiesto durante el encuentro, el malware es y seguirá siendo un problema. Esto es algo que debería ser asumido desde el primer momento, ya que la seguridad perfecta no existe. Pero es que además, los antivirus son incapaces de clasificarlo todo por lo que el enfoque con el que se protegen las compañías en estos días no es suficiente. Así que Panda Security basa su propuesta en tres elementos esenciales: la nube, el análisis de comportamiento y Big Data, o lo que viene a ser lo mismo, desde la nube se ejecuta, el análisis de comportamiento es saber que cada aplicación hace lo que tiene que hacer y se comporta como se tiene que comportar (es decir, un pato



Imagen de los ponentes del evento: de izquierda a derecha, David Barroso, José Sancho y Josu Franco.

tiene que hacer “cuac” pero si hace “miau” se convierte inmediatamente en sospechoso), y el Big Data analiza los datos para sacar las conclusiones que permitirán a un programa pasar o no pasar.

Nos encontramos en un mundo cada vez más interconectado, con millones de dispositivos diferentes que necesitan de unas nuevas políticas de seguridad por parte de empresas y usuarios. Tal y como se puso de manifiesto en el encuentro, el hecho de haber más usuarios, con más aplicaciones instaladas y con un mayor número de utilidades, implica que necesariamente va a crecer exponencialmente el número de vulnerabilidades. Un dato alarmante: un tercio de esas vulnerabilidades no se van a poder corregir nunca. Se trata de un problema que va a permanecer en el tiempo. Más datos: los ciberdelicuentes han aprovechado muy bien las vulnerabilidades, porque como aseguró Josu Franco, director de desarrollo corporativo de Panda Security, “tienen a su disposición todas las herramientas de seguridad. Por ejemplo, se puede comprar un troyano por 1.000 euros, así que nos encontramos en una especie de carrera armamentística entre buenos y malos. Y además, el ciberdelincuente guarda un as en la manga: Ellos juegan con el factor tiempo porque es una limitación nuestra”.

En este sentido, David Barroso, experto en seguridad y Responsable de Inteligencia en Seguridad en Telefónica Digital, fue uno de los ponentes del evento y aseguró que la secuencia que se sigue para introducir malware en el seno de una empresa es casi siempre igual: “Aparecen varias fases. Lo primero es buscar el eslabón más débil que normalmente suele venir a través de un empleado; una vez que ha infectado a esa persona pivota hacia dentro hasta que se hace con el control de la organización. Se queda latente y una vez que consigue lo que quiere procede a la exfiltración: bien se vuelve a quedar latente o se autoelimina sin dejar ningún tipo de rastro, para que en el momen-

to en que haya que hacer un análisis forense no se pueda encontrar nada”. Por ello, este experto propone observar el comportamiento de las amenazas que estamos viendo, ver que el pato se comporta efectivamente como un pato y no como un gato. “Los patrones de los que disponemos nos permitirán tirar de hilo. Así pues, la detección por comportamiento es fundamental y no sólo a nivel de malware. Hay que identificar toda aplicación que entra en el sistema. Para ello hay que aprovecharse de las ventajas que nos aportan Big Data o los macrodatos para que si cuando sufrimos un incidente podamos buscar hacia atrás en nuestro histórico y ver el modus operandi”, concluyó Barroso.

ANTICIPARSE A LAS TENDENCIAS

En Panda Security se anticiparon a las tendencias. Cinco años trabajando en la nube y aprovechando las bondades de Big Data hacen que en la multinacional española hayan avanzado mucho con respecto a la competencia. Y las consultoras les dieron la razón. Es en el pasado mes de agosto cuando Gartner e IDC avanzan que las nuevas tendencias de seguridad tendrían que pasar obligatoriamente por Advanced Threat Defense, o lo que es lo mismo, anticiparse a las amenazas mediante otro tipo de tecnologías y aprovechando las ventajas de la nube y el Big Data: justo lo que ha posicionado a la multinacional española como la empresa líder en este segmento a nivel mundial. La apuesta de la multinacional española pasa por cambiar el modelo sobre el que se trabaja actualmente en la mayoría de las empresas para empezar a tratar de ver lo que es sospechoso y lo que puede ser malo. Es aquí donde el nuevo servicio de Panda Security, PAPS, juega su papel. Uno de los principales aspectos diferenciales de PAPS es que se trata de un servicio especializado en función de las necesi-

dades de cada cliente, capaz de perfilar las aplicaciones y el comportamiento, y de identificar nuevos patrones de ataque. Y en este punto, los más de 20 años de experiencia de Panda Security en los procesos de detección de malware, unidos al conocimiento acumulado de su sistema de Inteligencia Colectiva, han permitido a la multinacional española calificar más de 1.200 millones de aplicaciones como malware o goodware. Circunstancia que, unida al empleo de características de comportamiento, les permite predecir la fiabilidad de aplicaciones ejecutadas en el end point con un grado de acierto máximo. Josu Franco aseguró que “nosotros preconizamos un modelo basado en que todo aquello que se ejecuta es confiable. Hay que ver cómo de conveniente quiero hacer un proyecto de seguridad y cuánto estoy dispuesto a perder en seguridad, porque la realidad es que actualmente un antivirus no es suficiente. Por otro lado, las listas blancas ofrecen mucha seguridad pero tienen un coste de gestión de excepciones muy alto”. El director de desarrollo corporativo explicó que “lo que hacemos en Panda Security es desplegar un agente que perfila todo lo que está en el parque TIC de una organización. Este agente descubre todo lo que se encuentra en ese parque y empieza a aprender todo el comportamiento de sus aplicaciones, de sus sistemas, de sus usuarios, etc. Una vez que nuestro sistema aprende todo el comportamiento, estamos capacitados para impedir que los malos puedan acceder. Después de que lo haya aprendido entramos en dos modos de operación: bloqueo de base en que se monitorizan todos los ejecutables y se bloquea de forma genérica todo el exploit, se analiza y si no es malo se le vuelve a desbloquear o al revés: En el caso de que no sea conocido no se bloquea y se estudia en minutos. Si es malo, se bloquea”. Toda esta novedosa manera de abordar la seguridad es lo que se denomina Advanced Threat Defense, una fórmula que se está convirtiendo en la mejor vía de

prevención y de eliminación de amenazas. Como concluyó el propio Franco, “hay que cambiar la dinámica basada en detección, darle la vuelta, y, de un modelo en el que todo es malo, pasar a otro en el que poder confiar en todo, porque sabemos que todo lo que se ejecuta en nuestros equipos es seguro porque ya ha pasado por los filtros convenientes. Os animamos a probar este servicio porque estamos teniendo unos niveles de éxito como nunca antes lo habíamos tenido. 100% de los casos de acierto.

ÉXITO EN CLIENTES

Y como muestra un botón. El acto se cerró con la presentación de uno de los clientes que ya lleva trabajando desde hace un año con PAPS (Panda Advanced Protection Service): El Grupo Eulen. Tal y como aseguró el CIO de la compañía durante el evento, “nuestro objetivo cuando empezamos a implementar PAPS era tener una capa de seguridad por encima del antivirus. Gracias a ella hemos ido dando pasos por delante y nos hemos anticipado a los pasos que pueda dar el atacante. Hemos conseguido en un año que la solución pare ataques nos avise de posibles amenazas, tanto relevantes como no relevantes. En definitiva, hemos conseguido nuestro objetivo, que era que no pasase la instalación del CPD, y desde la implementación de PAPS esto no ha ocurrido. En un año que llevamos trabajando con PAPS no hemos tenido ni una sola incidencia de seguridad”. En definitiva, en estos momentos, ningún otro proveedor de la industria del software de protección cuenta con una propuesta similar y a medio y largo plazo, esta tecnología tendrá un impacto significativo en la evolución tecnológica del mercado de seguridad endpoint, siendo capaz de convertirse en alternativa para la protección de entornos digitales “no tradicionales” como la industria, las utilities, el transporte o las smartcities, entre otras.



Fujitsu ScanSnap SV600

Fujitsu da un paso más en la captura con su nuevo ScanSnap SV600; el primer escáner híbrido que recoge las ventajas de los escáneres cenitales y los de cristal.

FUJITSU	
Cerro de los Gamos, 1 28224 POZUELO DE ALARCON, MADRID	
Precio Consultar	
Teléfono 91 784 90 00	
WEB www.fujitsu.es	
★★★★★	EXCELENTE
★★★★☆	MUY BUENO
★★★☆☆	BUENO
★★★☆☆	ACEPTABLE
★★☆☆☆	POBRE
TECNOLOGÍA ★★★★★☆☆	
IMPLEMENTACIÓN ★★★★★☆☆	
RENDIMIENTO ★★★★★☆☆	

La compañía nipona está potenciando cada vez más su área documental. Y buena prueba de ello es que los productos de esta área son cada vez de mejores calidades y cuentan con una mayor innovación lo que hace que se sitúen por encima de los de su competencia. En ejemplo lo tenemos en este escáner: ya no es necesario tener que penalizar la velocidad, la integridad del documento, el tamaño del documento o incluso el coste, porque el ScanSnap SV600 puede con todo.

Este equipo está dotado de un sensor lineal CCD tradicional en los escáneres planos, en lugar de una cámara de fotos como la de los escáneres específicos de libros, lo que aporta máxima calidad a los documentos digitalizados.

Cuando buscamos un escáner, siempre intentamos que reúna las máximas prestaciones, pero cuando no encontramos el dispositivo idóneo, se nos plantea el dilema de qué es más importante si un escáner rápido, si prefiero que sea más lento pero que digitalice documentos A3, si sería mejor un escáner de cristal,... Ahora con ScanSnap SV600 no tenemos que plantearnos nada, porque además de digitalizar cualquier documento o libro, puede digitalizar hasta documentos A3, e incluso objetos. En tan solo 3 segundos podremos hacer la captura de cualquier tipo de documento, desde tarjeta de visitas, documentos A3 e incluso libros o documentos encuadernados. Podremos colocar un documento A4 con varias tarjetas de visita, y ScanSnap SV600 en una sola captura digitaliza todos los documentos, los recorta, endereza y los separa formando un fichero de



tantas páginas como documentos hayamos digitalizado.

FACILIDAD DE USO

Continuando con la filosofía de ScanSnap, con el nuevo SV600 solo es necesario pulsar un botón y ya podremos digitalizar toda la documentación que queramos. A diferencia de los escáneres de cristal con los que hay que bajar y subir la tapa cada vez que pasamos las páginas, con ScanSnap SV600 en una sola orden de captura podremos digitalizar un libro completo, sin tener que pulsar al botón de escaneo cada vez que pasemos de página y sin necesidad de cubiertas. Como el SV600 utiliza un sistema de captura sin contacto, la encuadernación de los libros o los documentos delicados no se dañarán al no ser necesario hacer presión con ningún soporte externo.

El nuevo ScanSnap SV600 puede convivir perfectamente con el resto de elementos de la oficina ya que

no necesita un espacio específico o adicional como en el caso de los escáneres específicos para libros o los escáneres de cristal.

El nuevo ScanSnap SV600, es la opción más económica frente a los escáneres específicos para libros, y los escáneres de cristal o escáneres A3, en algunos casos hasta 10 veces más económico.

A pesar de ofrecer una nueva forma de captura, ScanSnap SV600 viene con todo el software estándar de los ScanSnap, por lo que no solo podremos generar documentos PDF, imágenes y documentos editables en Office, sino que además podremos enviar por correo, gestionar las tarjetas de visita con CardMinder, o compartir información a través de aplicaciones Cloud.

El escáner lleva incluida una licencia del nuevo Rack2 Filer, con el que podremos digitalizar y gestionar la documentación en una interfaz sencilla e intuitiva basada en estanterías y carpetas.

A FAVOR:
Velocidad de escaneo.

EN CONTRA:
Precio por encima de 600 euros.

AOC E2460P

AOC ha traído a la redacción este monitor de 24 pulgadas que aúna calidad con una buena relación precio.

AOC	
Prins Bernhardplein 200/6th floor 1097 JB Amsterdam	
Precio 159 euros	
Teléfono +31 20 504 69 31	
WEB http://www.aoc-europe.com	
★★★★★	EXCELENTE
★★★★☆	MUY BUENO
★★★☆☆	BUENO
★★☆☆☆	ACEPTABLE
★☆☆☆☆	POBRE
TECNOLOGÍA ★★★★★☆☆	
IMPLEMENTACIÓN ★★★★★☆☆	
RENDIMIENTO ★★★★★☆☆	

Es el precio quizá el punto más fuerte de este equipo ya que se puede conseguir por apenas 150 euros, cantidad con la que puede competir perfectamente con aparatos que tienen unas prestaciones mayores pero que se suben ligeramente de precio.

El modelo presentado tiene una pantalla de 24" y está pensado tanto para la oficina como para la casa. La compañía china ha apostado por un diseño clásico. No esperes encontrar en él la revolución en el uso de materiales. Eso haría que el precio aumentase. Detrás de su exterior de diseño clásico se esconde lo último en tecnología LED.

Ofrece un alto contraste, un tiempo de respuesta breve y amplios ángulos de visión para reproducir una imagen excelente. Con la función i-Care, el monitor adapta la luminosidad de la pantalla a la luz ambiente. Con esta función lo que pretende la compañía es que además de ser más cómodo para el usuario, se reduzca el consumo de electricidad. Por supuesto sólo hay un color disponible: negro mate.

En el aspecto exterior destaca el soporte ajustable de cuatro posiciones que permite al usuario cambiar la altura del monitor de 110 mm, giro a la izquierda y la derecha, inclinar el ángulo de la pantalla, y el pivote 90°. Se puede establecer un temporizador de apagado y encendido lo que permite un importante ahorro en electricidad. Además, el panel LED está libre de mercurio y requiere de un 50% menos de energía que los monitores tradicionales. Para darle colores vivos el monitor incluye alrededor de sesenta funciones de mejora del color que permite a los usuarios



disfrutar de imágenes más ricas y de mejor calidad. Tiene una relación de contraste de 20,000,000:1 lo que permite que imágenes oscuras aparezcan mucho más detalladas y definidas y hacen de este monitor un equipo más que apropiado para el trabajo de diseñadores gráficos ya que ofrece todo lo básico que se pueda necesitar para realizar un buen trabajo.

CONEXIONES

No destaca por tener infinidad de conexiones, como en otros productos. El equipo de AOC tiene las conexiones justas y más demandadas de tal forma que nunca va a sobrar una conexión. Entre otras se encuentra HDMI, USB, RGB analógico, y DVI.

Otro aspecto destacable es el manejo del panel de control. En este caso, es sencillo. Se encuentra en la parte inferior izquierda, pero su acceso es realmente sencillo y no

presenta ninguna dificultad, algo de lo que no pueden presumir otros equipos de mayor categoría y en los que se hace realmente complicado acceder a él.

Otros apartados técnicos son los siguientes:

- Tamaño de pantalla: 24 "(61cm)
- Tipo de pantalla: LED sin mercurio
- Tamaño de imagen visible: 609.7mm
- Tamaño de píxel: 0.277 (H) x 0.277 (V) mm
- Área de visualización: 531.36 (H) x 298,89 (V) mm
- Brillo: 250 cd / m²
- Relación de contraste (típica): 20000000:1 (DCR)
- Tiempo de respuesta (típico): 2 ms
- Ángulo de visión: 170/160 (CR ≥ 10)
- Frecuencia de escaneo: H: 30K ~ 83KHz V: 55 ~ 76Hz
- Frecuencia de píxel: 170 MHz

En definitiva, no encontramos ante un monitor que cumple con lo que se le pide.

A FAVOR:
Precio.

EN CONTRA:
Diseño demasiado clásico.

Acer Liquid S1

Acer lanza su primer dispositivo phablet, diseñado para ser el nuevo acompañante de viaje tanto para profesionales como para aventureros.

ACER
Gavà Park, C/ Disseny, 3-5 08850 Gavà, Barcelona, Spain
Precio según oferta
Teléfono 902202323
WEB www.acer.es
★★★★★ EXCELENTE ★★★★☆ MUY BUENO ★★★☆☆ BUENO ★★☆☆☆ ACEPTABLE ★☆☆☆☆ POBRE
TECNOLOGÍA ★★★★★
IMPLEMENTACIÓN ★★★★☆
RENDIMIENTO ★★★★☆

Equipado con una gran pantalla HD 1280 x 720 de 5.7" y aplicaciones inteligentes, Acer Liquid S1 mejora enormemente la productividad móvil y el entretenimiento.

Liquid S1 combina la eficiencia para el trabajo de un tablet con la comodidad y las virtudes multimedia de un smartphone, además de incorporar la posibilidad de usar tarjetas SIM únicas/duales, sistema operativo Android 4.2 Jelly Bean, procesador quad-core de 1.5 GHz y una batería capaz de aguantar un día entero. Es un dispositivo móvil todo en uno que ofrece nuevas posibilidades para que los usuarios se comuniquen y exploren. Liquid S1 es fácil de llevar y permite que los usuarios accedan a sus documentos y archivos dondequiera que vayan. Los usuarios profesionales pueden dejar atrás sus documentos sabiendo que pueden recuperar sus archivos inalámbricamente a través de AcerCloud Docs. Los usuarios pueden acceder remotamente a sus archivos desde el ordenador principal mediante Acer Remote Files.

Además, con Liquid S1 los usuarios de empresa pueden proyectar sus presentaciones en 720p HD e imprimir documentos directamente desde su phablet, todo ello usando las funciones inalámbricas de pantalla e impresión.

El nuevo phablet de Acer integra aplicaciones intuitivas y útiles que impulsan la productividad laboral y maximizan el entretenimiento allá donde vayas.

AcerFloat User Interface permite dejar abiertas múltiples ventanas de aplicaciones para que los usuarios pueden llevar a cabo procesos multitarea sin tener que cerrar una apli-



cación para empezar a trabajar con otra. Con sólo presionar una tecla aparece el acceso directo a Float Apps; las aplicaciones que se encuentran sobre la pantalla translúcida flotan sobre la función que se está usando. Es fácil acceder o cambiar entre Float Apps en cualquier momento. Estas apps incluyen cámara, mapas, calculadora y notas. La notificación Float Caller garantiza que los usuarios no sufrirán interrupciones por llamadas entrantes que acaparan toda la pantalla. Cuando entra una llamada, la mini-pantalla Float Caller aparece y el usuario puede decidir si coger la llamada o responder con un mensaje rápido.

Además de su pantalla de 5.7" con capacidad para reproducir en streaming HD con colores vívidos, este phablet dispone de funciones para hacer fotos, grabar vídeos y crear y editar multimedia. Todo se puede compartir cómodamente.

Las funciones de estudio/entretenimiento incluyen:

Wide Front Shot usa la cámara frontal con un ángulo de visión panorámica de 88° junto a una lente de 24 mm para capturar más. La cámara y la pantalla de 5.7" unidas capturan imágenes más amplias y altas para obtener fotos y realizar conferencias de vídeo con un mejor ángulo. Voice Shot permite hacer fotos sin usar las manos y Smile Shot detecta las caras sonrientes y captura momentos precisos automáticamente en tiempo real.

CALIDAD

Cuenta con un acabado de calidad y los buenos materiales para ofrecer un diseño minimalista de lujo, ideal para profesionales. Con diseño delgado y suaves curvas en la parte frontal, este dispositivo cuenta con detalles metálicos en los laterales y está disponible en colores blanco y negro.

A FAVOR:
Precio.

EN CONTRA:
Peso elevado.



Maite Ramos

Directora general
de consumo de
Lenovo Iberia

“CONTAMOS CON UNA COMBINACIÓN ÚNICA QUE AÚNA RECURSOS HUMANOS Y VISIÓN DE FUTURO”

Lenovo está despuntando en el mercado de consumo. Sus nuevos productos, gozan del respeto de los usuarios y al fabricante chino ya no se le ve como una compañía de segunda. Buena prueba de lo muy competitivo y en el que la relación de calidad, con precio, y producto con una fuerte inversión en I+D detrás hace que ese liderazgo sea más que merecido.

Para hablar sobre el papel del líder del mercado español, así como las previsiones futuras BYTE TI habló con la principal responsable de la división de consumo en nuestro país, Maite Ramos. **Manuel Navarro Ruiz**

¿CUÁLES VAN A SER LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA PARA ESTE 2014?

Nuestro objetivo para este año que comienza es el de seguir manteniendo nuestra posición de liderazgo como fabricante de PCs. Para ello, continuaremos innovando con el fin de ofrecer a los consumidores nuevos dispositivos que destaquen por sus prestaciones, facilidad de uso y sobre todo, por su calidad.

EN EL MERCADO EMPRESARIAL, ¿DÓNDE SE ENCUENTRAN SUS PUNTOS FUERTES?

Claramente, uno de nuestros puntos fuertes es la innovación. En Lenovo contamos con un músculo financiero muy importante. Gracias a esa posición económica de la que gozamos podemos realizar de forma continua

grandes inversiones en esta área, lo que luego se traduce en poder ofrecer a los consumidores dispositivos rompedores y que se adapten a las necesidades que demandan, independientemente de cuáles sean éstas

ES VERDAD QUE EN EL MERCADO DE CONSUMO (PCs), ESTÁN DESPUNTANDO. ¿EL HECHO DE SER UNA EMPRESA ASIÁTICA LES PERJUDICA CON RESPECTO A OTROS COMPETIDORES EN EL MERCADO EMPRESARIAL?

Lenovo es una empresa global, que busca adaptarse a las necesidades del mercado para ofrecer la mejor calidad en sus productos. Contamos con una combinación única: recursos humanos, tecnología y la visión de aportar dispositivos nuevos. Hay una realidad que no hay que olvidar y es que lo que en la actuali-

dad es Lenovo, no es más que el resultado de la suma de grandes empresas como IBM y Medion. Si además, a este dato le añadimos las ganas de innovar que existen en la compañía, el resultado demuestra por qué lideramos el mercado.

¿QUÉ SECTORES VAN A SER FUNDAMENTALES PARA USTEDES?

En España estamos enfocados en ofrecer a los consumidores un nuevo formato dentro de la amplia gama de portátiles que existe en el mercado, se trata de los equipos multi-modo como el Lenovo Yoga 2 Pro, un ordenador con todas las prestaciones de un portátil y una tablet, que permite a los usuarios disfrutar fácilmente en cada uno de sus cuatro modos: portátil, tablet, carpa y stand.

Redes Sociales empresariales



Existe vida más allá de Facebook. Redes Sociales hay muchas y según cuáles se pueden perfectamente adaptar a los negocios. ¿Qué es lo que necesita una empresa para ser social? ¿Realmente necesita una compañía estar presente en las redes sociales? ¿Qué aportan las redes sociales corporativas? **Por Manuel Navarro Ruiz**



La presencia de los usuarios en las redes sociales es masiva. Si bien no están en todas, se puede afirmar que la práctica totalidad de ellos están conectados a al menos una red social. Son muchas empresas las que también utilizan las redes sociales pero muchas veces la utilización de las mismas, o de parte de sus empleados se puede volver en su contra. Así que podríamos decir que estar en ellas requiere saber manejarlas, saber al público al que se enfrentan (los seguidores, por muy fan que sean de una determinada marca siempre están al acecho de los errores que pueda cometer el Community Manager de turno) y por supuesto, ofrecer algo útil y no estar presente por el mero hecho de que “hay que estar”.

Las redes sociales pueden además convertirse en un aliado perfecto para incrementar la pro-

ductividad de los empleados y, sobre todo, mejorar las ideas que se puedan de su uso. Esto es lo que aportan principalmente las redes sociales internas: la colaboración entre distintos empleados y departamentos hacen posible la aparición de nuevos productos o el desarrollo de estrategias adecuadas para la empresa que de otra forma serían prácticamente imposibles de desarrollar o laminarían de forma drástica la productividad empresarial puesto que habría que realizar constantes reuniones entre diferentes miembros de la plantilla de distintos departamentos para poder plasmar esas ideas en realidades. Así que las redes sociales, en este sentido, favorecen la productividad. Pero, ¿cuáles son las ventajas reales?

El crecimiento exponencial de la web 2.0 y sus distintas manifestaciones como las redes sociales están transformando la manera de hacer negocios, ya que suponen un cambio radical en la

relación con los clientes, pero también con otros colectivos como los propios empleados, partners o proveedores. La colaboración con los clientes es crítica para cualquier organización, y la capacidad de comunicar con mayor eficiencia tanto interna como externamente constituye un diferenciador esencial, ya que vivimos un cambio de paradigma en la atención al cliente, que ha pasado de reactivo a proactivo. Como apunta, Antonio Conde, director de Colaboración en Cisco, “a través de estas interacciones bidireccionales, las organizaciones pueden optimizar las relaciones con sus clientes de forma inmediata, responder a sus demandas proactivamente, buscar clientes potenciales, preparar próximos lanzamientos de producto, incrementar la oportunidad de venta y gestionar la imagen de marca. Así, el principal reto de la empresa española consiste primero en entender este cambio de comunicación y comportamiento social, diseñando después una estrategia para poder aprovechar su potencial, y finalmente adoptando herramientas que permitan simplificar y optimizar el uso de las redes sociales”.

Las redes sociales son herramientas que potencian la transparencia de las compañías, acercan productos, servicios y marcas al mercado y viceversa, y favorecen la recepción de feedback procedente de clientes, usuarios, seguidores, fans... Para Patricia Fernández Carrelo, VP Marketing de Zyncro “mediante procesos de comunicación naturales y con infinidad de posibilidades en cuanto a formatos y técnicas innovadoras, los departamentos de marketing y comunicación pueden conocer mejor la realidad del mercado en el que operan; los departamentos de soporte, atender incidencias y recoger propuestas; los departamentos comerciales, conectar con sus clientes actuales y potenciales; y los de selección, detectar talento de una manera más ágil y eficaz. Podemos hablar por lo tanto de beneficios relacionados con la mejora de los resultados del negocio: permiten vender más y mejor, o retener a clientes al ofrecer una atención más cercana y dinámica, y de beneficios internos al favorecer la detección de nuevo talento. Asimismo, generan información que después puede ser gestionada y explotada por medio de los sistemas corporativos para la

Las redes sociales son herramientas que potencian la transparencia de las compañías, acercan productos, servicios y marcas al mercado, y favorecen la recepción de feedback procedente de clientes



GESTIÓN DE PROYECTOS CON SOCIAL BUSINESS

Por Antonio Ramírez, Director de Marketing de Konica Minolta España

Los equipos de proyecto suelen estar formados por miembros de diferentes países / departamentos / ciudades, y cada proyecto implica varios socios técnicos. Los representantes de ventas tienen el deber de vigilar los proyectos desde cerca para asegurar la satisfacción del cliente. Además, la cultura de la empresa es que todos los empleados puedan ser conscientes de los logros de los demás.

La Red Social Corporativa es una herramienta que permite satisfacer las necesidades anteriormente descritas. No obstante, para que su funcionalidad sea total, y que todos los trabajadores puedan aprovechar todo el potencial de estas plataformas hay una serie de recomendaciones a tener en cuenta.

Creación de Grupos de proyectos: Para cumplir con los requisitos que exige un proyecto, los grupos se crean dentro de la Red Social Corporativa de manera que sólo los participantes del proyecto puedan acceder.

Toda la documentación pertinente se comparte en estos grupos y cualquier cambio se publica automáticamente en el muro de actividad del grupo. En un vistazo, los miembros obtienen una visión general de la labor de cada uno de sus miembros.

Intercambios y flujos de información en el muro del grupo: Cualquier miembro puede comentar una actividad y crear discusiones dentro del grupo de proyectos. Los problemas complejos se resuelven en un tiempo récord cuando se discuten a través de un hilo de infor-

mación en el muro, en vez de a través de un hilo interminable de emails.

Creación de grupos para los gestores del proyecto: Cada proyecto también cuenta con un grupo de gestores que sigue una estructura específica y que contiene la documentación confidencial e importante: la definición de las necesidades del proyecto, la monitorización del mismo, los costes, diagramas de Gantt, peticiones de cambios del cliente, etc. Estos grupos se comparten entre todos los gestores de proyectos y permiten que cualquiera de estos gestores pueda tomar las riendas del proyecto en caso de indisponibilidad del gerente principal.

Además, otra de las funcionalidades de las Redes Sociales Corporativas es que permiten gestionar los niveles de relación del equipo del proyecto con fuentes externas, a través de diversos métodos.

Información sobre el progreso del proyecto en el muro de la empresa: La comunicación durante el desarrollo del proyecto se realiza directamente en el muro de la empresa. Así todos los miembros son informados de la situación en cada momento. Los departamentos de ventas, marketing y gestión pueden asegurarse que los requisitos específicos se han tenido en cuenta sin esperar a la finalización del proyecto.

Intercambio de enlaces internos con el cliente: La comunicación con el cliente no se queda atrás. Mientras que algunos prefieren que

se les añada directamente a la Red Social Corporativa, otros clientes prefieren la comunicación exclusivamente por correo electrónico o Skype. Para ellos, se están incorporando sistemas de enlaces públicos, que se pueden convertir en privados con una contraseña y fecha de caducidad. Estos links son un enlace a la última versión de los documentos, que se puede compartir fácilmente con el cliente.

Colaboración de los miembros de la empresa externos al proyecto: La Red Social Corporativa permite a los trabajadores que no participan de forma directa en el desarrollo del proyecto, la opción de colaborar en él. Por ejemplo, un usuario puede comenzar una discusión acerca del proyecto en su muro personal, donde será visible a todos los que le siguen, y así poder recibir consejos y opiniones de sus compañeros.

Workflow de aprobación: Dentro de cualquier proyecto es importante que se puedan realizar aprobaciones o denegaciones de las distintas fases del proyecto, o de los documentos u otros. Por ello, las Redes Sociales Corporativa incorporan cada vez más funcionalidades que permiten aprobar de forma rápida y desde cualquier parte, cualquier ítem del proyecto.

El éxito creciente del uso de las Redes Sociales Corporativas como herramienta de colaboración en proyectos se debe a su facilidad de uso y navegabilidad, y a una correcta implantación dentro de la organización, adaptada a la filosofía y estructura de la misma.

toma de decisiones de negocio, tanto soluciones de Business Intelligence, como sistemas de venta on-line u otras redes sociales internas”.

MD Marketing Digital es una empresa argentina con presencia en varios países de habla hispana. Entre otros proyectos, trabajan en todo lo relacionado con las redes sociales. Para Claudio Heilborn, CEO de MD Marketing Digital, “los beneficios que aportan las redes sociales al ámbito empresarial son muy variados. La característica común que deben de cumplir las redes sociales en cualquier empresa se centra, desde mi punto de vista, en la accesibilidad. El consumidor o cliente final debe de notar la cercanía de la empresa, del proveedor de servicios o del profesional y percibir la capacidad de comunicarse directamente con él. Desde el punto de vista de la empresa, la red social debe de ser el canal, desde donde se comunican los valores que quiere transmitir a su público. Antes de la llegada de las redes sociales a las empresas existía una comunicación unidireccional, ahora es multidireccional. No solamente es el empresario el que habla de la empresa. El consumidor interactúa, aporta su opinión, que

por otra parte es compartida y validada, o no, horizontalmente por otros usuarios del producto o clientes de la empresa formándose lo que llamamos “comunidad online”.

PRODUCTIVIDAD

Uno de los puntos negativos que arrastran a las redes sociales es la reducción de productividad en una empresa. Fruto del desconocimiento, son numerosas las empresas que tienen restringido el acceso a determinadas redes, para impedir que se reduzca la productividad de los empleados. La realidad no es siempre así. Más bien al contrario. Así por ejemplo, Christian Menda, director regional de OpenText asegura: “En nuestra opinión ocurre al contrario, siempre y cuando se incorporen capacidades y aplicaciones sociales a los procesos de negocio de forma segura y en cumplimiento con la política de la empresa. Contar con las herramientas adecuadas para ello es fundamental y su uso cultivará la cultura colaborativa, lo que sin duda fomenta la productividad, la agilidad y la innovación”. Lo mismo afirma la portavoz de Zyncro que considera que “Si se hace un uso con sentido de

Contar con las herramientas adecuadas es fundamental y su uso cultivará la cultura colaborativa, lo que sin duda fomenta la productividad, la agilidad y la innovación



LA EMPRESA SOCIAL

Por Christian Menda, director regional de OpenText Iberia

Es un hecho que el espacio de trabajo está en plena evolución. La oficina tradicional está siendo reemplazada por un entorno en el que los empleados pueden trabajar desde cualquier lugar y momento y con cualquier persona. El correo electrónico ha sido un sistema habilitador para este nuevo entorno, pero a lo largo del tiempo ha demostrado algunas limitaciones. Era necesario un nuevo enfoque para soportar la naturaleza cada vez más virtual del espacio y los equipos de trabajo.

Ya son muchas las organizaciones que hoy en día está reduciendo su dependencia del email y aumentando el uso de herramientas inspiradas en las aplicaciones social media de consumo y que están diseñadas específicamente para la colaboración. Aplicaciones como Facebook, Twitter, la mensajería instantánea e incluso las salas de chat proporcionan un modelo mejor para compartir, informar y conectar que el correo electrónico. Este cambio es parte de un movimiento más amplio dentro de las organizaciones en el que la tecnología se usa para crear entornos de trabajo más abiertos, sociales y colaborativos. Se trata de un cambio de paradigma.

Este movimiento, al que podemos denominar la empresa social aprovecha la innovación – las redes sociales, el microblogging, las tecnologías de búsqueda social, los smartphones y el cloud computing para permitir que los empleados trabajen de forma más colaborativa y eficiente en los entornos virtuales de trabajo de hoy en día. Las ventajas para las organizaciones son claras: productividad y agilidad.

LOS BENEFICIOS DE SER SOCIAL

Ser una empresa social no se trata de tener simplemente un perfil en Facebook y una cuenta de Twitter, sino de utilizar herramientas de redes sociales con el objetivo de que la información fluya por toda la organización tanto entre el personal interno

como externamente con los proveedores, clientes y socios. Este tipo de herramientas permite a los empleados establecer conversaciones productivas a través de blogs, comunidades y foros, creando una relación más estrecha tanto con los clientes, como con partners y proveedores.

Los beneficios de la adopción de tecnologías sociales en las empresas parecen claros y por ello su adopción va en aumento. Forrester estima una tasa de crecimiento compuesto anual de los productos de software que soportan la empresa social del 61%. La consultora predice que este mercado - aplicaciones y plataformas social media - alcanzará los 6.400 millones de dólares en 2016, en comparación con los 600 millones de dólares en 2011.

Podemos resumir en tres los beneficios que la tecnología social aporta al negocio. Éstos son: la colaboración, no sólo internamente, sino también con partners y clientes; el impulso de las conversaciones y las conexiones a través de la organización; y la mejora de la efectividad del negocio al permitir una medición más precisa de áreas como el marketing o el I+D.

UNA SOLUCIÓN COMPLETA

A pesar de las expectativas y la abundancia de productos en el mercado, el desarrollo de una estrategia social media para el negocio puede resultar todo un reto. Muchas organizaciones eligen incorporar aplicaciones social media como soluciones individuales, en ocasiones incluso desarrolladas internamente, lo que puede resultar muy costoso en cuanto a inversión y tiempo, y también arriesgado desde la perspectiva de la seguridad y el cumplimiento de normativas.

Es más, aunque los beneficios de la empresa social son claros, vale la pena enfatizar que el fin no es convertirse en social, per se. El objetivo es utilizar las innovaciones en social media y los avances tecnológicos relacionados, como la movilidad y el cloud computing, para

lograr cumplir de forma más eficiente los objetivos de negocio y mitigar al mismo tiempo el riesgo.

El reto de convertirse en social pasa por un enfoque unificado. Es importante apostar por aplicaciones flexibles y fáciles de utilizar, que se puedan desplegar y adoptar rápidamente y que incluyan capacidades de colaboración, analítica web y social, portales y cumplimiento, con el fin de que la empresa pueda “socializar” sus procesos de negocio. En definitiva, se trata de integrar las capacidades de control de la información con aplicaciones de colaboración social y compartición de ficheros similares a las de consumo personal, con el fin de ofrecer a los usuarios las mejores formas de colaborar y relacionarse, pero sin comprometer la seguridad y los requerimientos en cuanto a cumplimiento de normativas de la empresa.

En definitiva, la principal consecuencia de la rápida adopción de los medios sociales es que somos criaturas sociales que preferimos hacer negocios con gente que con compañías impersonales. Queremos conectarnos con otras personas y oír sus experiencias para tomar decisiones. Y esta tendencia aumenta aún más entre los empleados y consumidores jóvenes. De hecho el 86% de los Millenians (Generación Y) señalan que el contenido generado por los usuarios es un buen indicador de la calidad de una marca, servicio o producto, y mucho más fiable que lo que diga la propia compañía.

Las empresas pueden convertir esta tendencia en una ventaja mediante la utilización de herramientas sociales que impulsen las conversaciones entre los clientes y entre los empleados. Por un lado, se trata de ayudar a los clientes a sentirse más comprometidos, más conectados, en definitiva más fieles; y por otro ofrecer a los empleados la posibilidad de encontrar a las personas y la información que les ayude a desarrollar su trabajo más eficientemente.

las redes sociales, no, de hecho... todo lo contrario. Si consideramos las redes sociales como solución para la detección de nuevas oportunidades de negocio, de candidatos, de aprendizaje y autoformación... Se trata de una herramienta más de trabajo, de canales de comunicación multidireccionales, como el e-mail u otras páginas de internet pero más eficaces, que permiten interactuar mejor con nuestro target y facilitar la operativa del día a día en muchos casos. Si las utilizamos con objetivos personales para nada relacionados con nuestro desempeño profesional generarán una reducción de nuestra productividad. Si en cambio las explotamos para mejorar nuestros resultados pueden suponer un arma profesional muy potente. De hecho, podríamos afirmar que si una empresa no da acceso a sus empleados a las redes sociales podría hacerlos menos competitivos que aquellos que sí lo están”.

Así que se puede llegar a la conclusión de que el uso de las redes sociales en una empresa es, en la mayoría de los casos positiva, y muy al contrario, no sólo no reducen la productividad, sino que la llegan a incrementar. Y es que, “La contribución de

los empleados a la hora de amplificar el mensaje o los comunicados que la empresa quiere promocionar en las redes sociales es fundamental, aunque dichos mensajes deben estar alineados y seguir una estrategia. Así, es fundamental reforzar la concienciación de los empleados con la importancia de la cultura empresarial, ya que según el Informe Cisco Connected World Technology Report el 66 por ciento de los jóvenes de la Generación Y (menores de 30 años) creen que las empresas no deberían controlar las actividades on line de sus empleados, y aunque dos de cada cinco consultados señalan que sus empresas prohíben usar los dispositivos corporativos para actividades personales, cuatro de cada cinco (casi el 80 por ciento) admiten que no siempre obedecen esta política”, apuntan desde Cisco.

LOS RIESGOS

¿Existen riesgos en el uso de las redes sociales? No es arriesgado que un empleado esté lanzando tuits que pueden afectar a la reputación de una empresa. Están a la orden del día casos de CMs que han perjudicado claramente a la empresa por un sim-

Si utilizamos las redes sociales con objetivos personales para nada relacionados con nuestro desempeño profesional generarán una reducción de nuestra productividad



SOCIAL BUSINESS: ¿EL EMAIL TIENE LOS DIAS CONTADOS EN LAS EMPRE-

Por Ignacio González Ortega, CEO Gadesoft

Los medios sociales están cambiando la forma en que interactuamos en nuestra vida personal y laboral. La clave es pensar en Social como otro canal para relacionarse con colegas, clientes y posibles clientes, no un reemplazo para las comunicaciones existentes. El objetivo debe ser la forma de aprovechar las tecnologías sociales para mejorar sus resultados ligados a una mayor productividad y mejores servicios. En otras palabras, no es "ser más social", sino más "productivo".

La principal repercusión con este nuevo modelo de interacción social, es el hecho de que los clientes tienen más poder que nunca ya que tienen acceso a más información, mayores posibilidades de elección y nuevos canales para comunicarse expresando su nivel de satisfacción con los productos y servicios. Está constatado el aumento de la productividad en las empresas que adoptan nuevos sistemas y herramientas de comunicación y colaboración entre sus empleados.

En este escenario cambiante las empresas se encuentran en proceso de transformación marcado por las plataformas tecnológicas cloud y móvil que permiten globalización, deslocalización y acceso constante a información, todo aunado por el nuevo impulso del cambio que permite transformar cómo trabajamos, convirtiendo las compañías en comunidades que colaboran para lograr sus objetivos mediante redes sociales corporativas. Consideremos que el correcto uso de estas herramientas tiene un papel protagonista no solo en la manera de relacionarse entre empleados, clientes y proveedores, sino además en aumento de capacidades de innovación, aprendizaje y mejora continua de procesos dentro de las empresas.

Según Gartner en 2014 estas herramientas estarán presentes en el 20% de las empresas y según Forrester crecerán anualmente un 61% hasta el 2016.

SOCIAL BUSINESS O PRODUCTIVIDAD SOCIAL

Social puede significar muchas cosas y es

importante tener en cuenta que hay tipos diferentes de tecnologías sociales de interés para la empresa que podríamos englobar en dos grandes áreas: Marketing Social y Productividad Social.

Serían herramientas de Marketing Social aquellas que permiten que la empresa pueda aprovechar las capacidades sociales externas desde una perspectiva de marketing para obtener una visión de clientes y en general aumentar ventas (o lograr otros objetivos de marketing).

Esto difiere de herramientas orientadas a Productividad Social, que están más relacionadas con la manera de realizar el trabajo de los empleados en cada tipo de negocio, incluyendo el trabajo con los clientes y terceros, pero trabajando con ellos para lograr un objetivo común.

¿Qué pueden aportar estas herramientas en mi empresa? Lo único que debemos pensar es como poner a trabajar estas herramientas en beneficio de la organización desde la perspectiva de Productividad Social. Colaboración, compromiso, búsqueda de conocimiento, detección del talento dentro de un ámbito global sin importar el papel empleado en la organización, que se enfrentan a constantes demandas y retos sobre todo ante la interacción con clientes y proveedores tanto externos como internos.

El motivo principal de su implantación debe ser transformar como trabajamos convirtiendo compañías en comunidades que colaboran para lograr sus objetivos mediante las herramientas de Colaboración Social.

Potenciando la colaboración para alcanzar los objetivos, activando la comunicación entre sus miembros sin barreras jerárquicas, bien transformando el liderazgo de sus ejecutivos por su capacidad de comunicar e ilusionar a compañeros y no por su posición de autoridad, bien haciendo que la información salga de los silos en que está encerrada fluyendo por toda la organización.

No hay que desdeñar el papel importante que pueden cumplir desde el punto de

vista del compromiso de los empleados, haciendo que los miembros se sientan parte activa y protagonistas en logro de los objetivos.

Integrando clientes y proveedores en la comunidad de la compañía, se puede obtener una visión social en tiempo real, puede ayudar a planificar el éxito a través de una colaboración constante entre los empleados que hace que la ejecución de los cambios necesarios sea fácil y por lo tanto permite a cada negocio la agilidad que necesita en un mundo de cambio constante.

Hay que pensar en estas nuevas herramientas como el Facebook para la empresa, orientadas en su diseño para una rápida adopción por parte de los empleados en su utilización para la colaboración empresarial, micro-blogging, compartir archivos, intercambio de conocimientos y eficiencia del equipo.

Desde el punto de vista de costes, prácticamente toda la oferta de este tipo de herramientas se centra en rápida puesta en marcha y despliegue, pago predecible (servicio) o acceso en cualquier lugar, permitiendo un ahorro operacional reduciendo costes en comunicación, reuniones presenciales, desplazamientos y evitando la duplicidad de tareas.

Existen todavía a día de hoy reticencias para su instalación en las compañías. Así nos encontramos que los problemas de seguridad son la principal razón por lo que las empresas restringen el uso de herramientas sociales: Otras incluyen pérdida de productividad, preocupaciones de RRHH, imagen de la compañía o pérdida de datos.

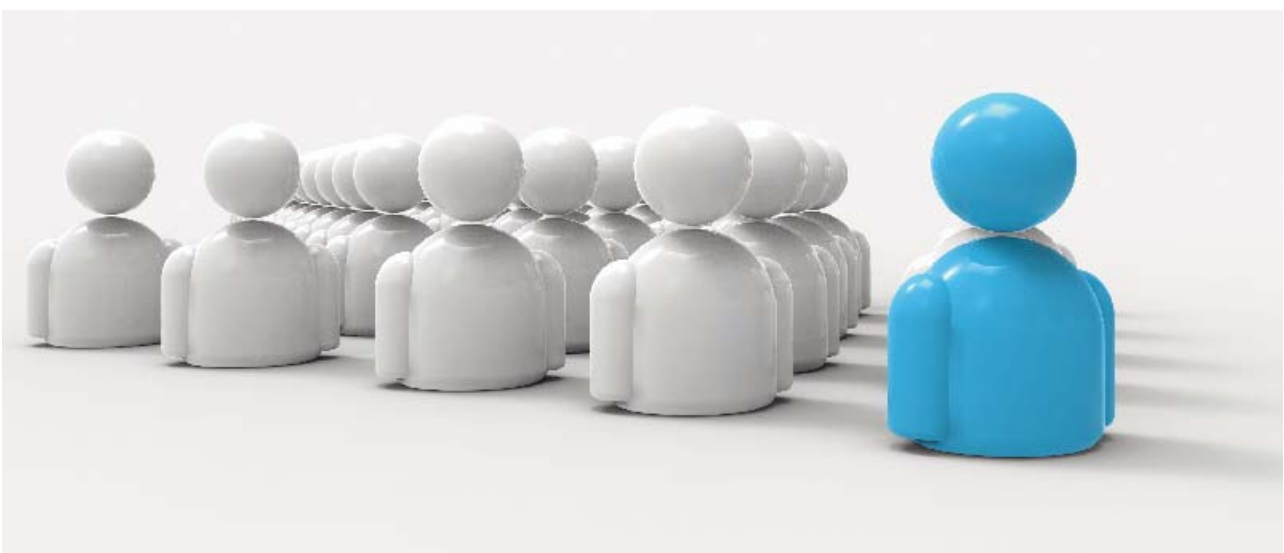
Con independencia del estado de maduración en que se encuentre la compañía en esa perspectiva de Productividad Social, es importante preparar un buen proceso de adopción fundamentado en el alineamiento de su visión "social" y planificar la implementación con un proveedor de servicios que cuente con experiencia y certificación del proveedor para que la implantación se realice con una metodología contrastada.

ple comentario, que en un principio debería pasar desapercibido. Pero las redes sociales son un altavoz, y detrás de cada mensaje lanzado no se sabe muy bien qué es lo que puede ocurrir. Y lo que es peor, una vez lanzado el mensaje, no sirve de nada borrarlo: el daño se ha producido. Pero como asegura el CEO de MD Marketing Digital, “el mundo ya es online, lo contrario sería como ocultar el sol con las manos... ¿No es mejor intentar fomentar la participación, la opinión? Obviamente si la empresa tiene debilidades, estas serán expuestas en el mundo online. ¿Pero podríamos evitarlo? Mi respuesta es que no, que es inevitable y que debemos participar de la charla tratando de orientarla y de enfocarla, moderando y haciendo de contención de aquel que está en desacuerdo o que se sienta de alguna manera mal tratado por la empresa o que sienta que nuestra empresa está en deuda con él. Esto inevitablemente sucede, lo que hay que intentar es encauzar el tema para que no estalle y se convierta en el efecto bola de nieve, magnificando la situación y generando mucho más “ruido”. Antonio Conde, director de Colaboración en Cisco considera que “Para las empresas, el gran reto en las redes sociales es conseguir que todos los empleados de la organización que participan en conversaciones sobre la empresa sigan unas políticas, mejores prácticas y estrategias integradas y coordinadas. Para ayudar a lograr este objetivo, Cisco ofrece cursos de formación en Social Media y consultoría personalizada a nuestros partners de canal, con el fin de ayudarles a provechar los beneficios de la comunicación social. Algunas claves para que esta actividad no suponga un riesgo son que los empleados deben entender bien quién es su audiencia -y para ello hay que seguir

su actividad- y lo que les gustaría compartir con ella, estableciendo un plan de Social Media”. Casi en la misma línea se sitúa Patricia Fernández Carrelo, VP Marketing de Zyncro: “Gracias a la evolución actual de las empresas hacia entornos más transparentes y más cercanos a sus empleados (motivados en gran parte por la incorporación de redes sociales internas, de las que más tarde hablaremos), se están generando relaciones de confianza mutua en las que es más fácil contener situaciones de fuga de información. Lo principal para que no se produzcan estas “fugas de información” es la concienciación y la transmisión clara y directa a todos los colaboradores de que la información es algo que pertenece a la organización y que como tal, se debe manejar, y por supuesto, tratar los posibles malestares de cualquier empleado ante situaciones conflictivas internas. Si aun con todo esto no fuera suficiente, actualmente existen modelos de control de la privacidad y la confidencialidad que se gestionan en la incorporación de los trabajadores a la organización que pueden garantizar la privacidad de la información interna de las compañías. La clave radica, y en el fondo siempre ha sido así, en contar con gente comprometida y honesta en la organización y esforzarse en conseguirlo”.

Aparte de lo que puedan hacer los empleados, ¿deberían implementar las empresas medidas de seguridad? ¿Dónde se encuentran los principales riesgos? Desde Fortinet, su director general Acacio Martín ofrece una serie de consejos sobre lo que debería hacer una empresa: La organización necesita asegurar el control de su infraestructura de TI tan pronto como sea posible. En este sentido el administrador del sistema debe:

Un 45% de los trabajadores españoles considera que realizaría mejor su trabajo si en sus empresas apostaran por el uso de las herramientas sociales



- Asegurar el acceso de entrada y salida a la red corporativa, la implementación de un sistema MDM (Mobile Device Management) no es suficiente. Es una estrategia peligrosa el confiar en una única tecnología para hacer frente a los retos en seguridad. La estrategia debe proporcionar control granular externo sobre usuarios, aplicaciones y dispositivos.

- Restringir el uso de la intranet a aquellos usuarios que traten de conectarse desde una red no segura. Si es posible, ofrecer sólo un acceso del tipo "visitante de la red" pero no a la intranet de la compañía.

- Instalar VPNs

- Cifrar los documentos confidenciales

- Monitorizar el uso de la red ante cualquier actividad sospechosa

- Educar a los usuarios para que no compartan cuentas personales y profesionales, no accedan a links de emails o SMS y limiten la instalación de aplicaciones

Otra empresa de seguridad Trend Micro, en voz de Jorge Hormigos, senior sales engineer, señala que "primero, las empresas deben tener una estrategia de seguridad que haga frente a este problema y establezca claramente cuál es la política de la empresa. Lo siguiente es concienciar a los usuarios de los riesgos de estas redes. El usuario sigue siendo el punto más débil y vulnerable. Para evitar las fugas de información, se deben emplear soluciones que permitan el control de fugas de información, bien desde el propio puesto de trabajo o en el perímetro de la organización. Las soluciones perimetrales de protección de acceso a Internet permiten tener control del tipo de información que intercambiamos y forzar políticas de empresa. Debemos elegir soluciones que sean capaces de entender las aplicaciones de redes sociales y poder hacer control sobre ellas"

REDES INTERNAS

Para fomentar la productividad muchas empresas empiezan a montar sus propias redes sociales. Son las denominadas redes sociales corporativas. Unas empresas apuestan por montar la suya propia y otras se aprovechan de infraestructuras como Yammer o Zyncro. Y es que, Los empleados actuales esperan trabajar de una manera diferente, con herramientas que les hagan sentir más conectados, en un reflejo de cómo interactúan en su vida personal. Según un estudio realizado por Ipsos, encargado por Microsoft, el 82% de la población que participa en el mundo online se conecta a través de redes sociales (Twitter registra más de 350 millones de tweets al día y el 25% de las llamadas internacionales se realiza a través de Skype).

Asimismo, según este estudio, un 45% de los trabajadores españoles considera que realizaría mejor su trabajo si en sus empresas apostaran por el uso de las herramientas sociales. Esta cifra sitúa a España a la cabeza de Europa, donde la media es de un 27%, por delante de países como Francia (17%) o Alemania (22%).

Las redes sociales corporativas se están convirtiendo en la nueva piedra angular de la comunicación y la colaboración en el lugar de trabajo y cambiarán la manera de trabajar de los empleados. Microsoft responde a este cambio de mentalidad de los trabajadores con Yammer, que mejora el compromiso de los empleados, aumenta su productividad y hace que la organización esté más conectada, al tiempo que mejora la relación con clientes y partners.

"Además de capacidades de colaboración, Yammer ofrece una experiencia de integración única con soluciones corporativas que muchas empresas ya tienen, como Office, SharePoint, Dynamics CRM y en breve Lync/Skype. Ese es un gran valor diferencial", señala Óscar Mozo, responsable de Yammer en la división de Office de Microsoft Ibérica. "De la misma forma que el correo

VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS

Desde Open Text, Christian Menda, director regional de OpenText Iberia, da las claves y las principales ventajas de crear redes sociales internas en la empresa. Bajo su punto de vista, las principales ventajas son:

- Impulsan la productividad e innovación reuniendo a personas e ideas en comunidades online

- Aumentan las capacidades sociales de la empresa mediante microblogging, perfiles de empleados, actualizaciones de estado, fomentando la colaboración y la eficiencia

- Mejoran la capacidad de los empleados para acceder a la inteligencia corporativa y localizar expertos en determinadas materias

- Proporcionan un entorno colaborativo que permite a los equipos centrarse, trabajar de forma eficiente y conectarse con recursos relevantes y expertos a lo largo de toda la organización

- Son tan fáciles de utilizar como las aplicaciones de consumo.

Complementan la infraestructura existente de gestión de información mientras que se adhieren a las políticas de

seguridad y estándares de gobierno corporativos

- Ofrecen la posibilidad de compartir y sincronizar contenido de forma segura tanto dentro como fuera de la empresa

- Se integran de forma transparente con los escritorios de los usuarios, incluyendo la posibilidad de compartir y colaborar con usuarios internos y externos

- Permiten sincronizar el contenido a través de distintos ordenadores, tabletas y otros dispositivos, asegurando que el usuario siempre tenga acceso a la última copia de los documentos

electrónico fue un revulsivo y aceleró el ritmo de los negocios en los años 90, las redes sociales corporativas serán el motor que transforme el espacio de trabajo y la forma de trabajar en los próximos años”, añade.

La otra plataforma que triunfa en el mercado es Zyncro. La idea original de esta compañía, nacida en 2008 en el laboratorio tecnológico del Grupo Inspirit, se convirtió en realidad en 2009 al constituirse la sociedad Zyncro Tech. Lo que en principio era una sencilla solución de sincronización de archivos es ahora una potente herramienta empresarial que potencia la productividad, la colaboración y la motivación de los empleados dentro de las organizaciones. Así que su portavoz no puede más que lanzar alabanzas de las ventajas que ofrecen plataformas como la suya: “Las ventajas son tan amplias como modelos de negocio existen en las empresas. Abarcan desde la mejora y aumento de la colaboración y comunicación entre empleados, colaboradores, proveedores, franquicias, etc. de manera sencilla y rápida; pasando por el aho-

permitido integrar voz, vídeo y redes sociales en un mismo espacio de trabajo, de forma que nuestros empleados han aprendido el potencial de las redes sociales dentro de la organización para después aprovechar las ventajas de esta nueva forma de interacción al trasladar la experiencia a nuestra relación con los clientes, partners y proveedores”. No sólo eso, sino que este directivo señala que “la principal ventaja (de este tipo de redes) es que proporcionan un espacio para compartir, colaborar y participar en la construcción de la cultura de la organización, además de impulsar la creatividad y la innovación. Los empleados pueden conectar con rapidez con los equipos de trabajo y los recursos que necesitan para desempeñar su trabajo, facilitando la colaboración con independencia de la ubicación y todo controlado de forma centralizada, escalable y segura. Además, sirven de plataforma de aprendizaje para luego aplicar la comunicación en redes sociales públicas”. Por su parte, Claudio Heilborn, CEO de MD Marketing Digital, asegura que “La ventaja, si es lo buscado, es

Al usar una red social propia, podemos controlar mucho mejor la fuga de información, pero también debemos ser conscientes de que se convierten en una vía de ataque de ingeniería social mucho más efectiva

rrero en costes derivados de la gestión de la información, gracias a que permiten acceso instantáneo a las novedades y el conocimiento corporativo evitando silos de información, almacenan y ponen a disposición de sus usuarios documentación siempre actualizada y accesible, ayudan a reducir el número de horas invertidas en reuniones.... Impulsan la unificación de estilos en equipos deslocalizados; mejoran los procesos de resolución de conflictos o análisis de la competencia, entre otros; facilitan la gestión de ideas y la innovación; son herramientas de soporte a la venta directa e indirecta y a la atención al cliente; potencian el sentimiento de pertenencia y la adhesión a la marca; y un largo etcétera. Los riesgos, si existen, se derivan normalmente del miedo y el desconocimiento de las posibilidades del uso de este tipo de herramientas. Por ello, lo más importante a la hora de tomar la decisión de incorporar una solución así es que el líder del proyecto o el directivo tenga muy claro cuál es el objetivo de negocio que quiere mejorar con el uso de una red social interna, para qué se va a utilizar. Con esta premisa bien definida, los riesgos se minimizan, puesto que se podrán tomar las medidas oportunas para comunicar bien su objetivo y que los usuarios empleen la herramienta en esa línea y no otra”.

Cisco también es uno de los principales ejemplos en la constitución de redes sociales corporativas gracias a Cisco Quad y Cisco WebEX Social. Su portavoz cree que “Estas herramientas refuerzan la cultura organizacional, pero para que sean verdaderamente efectivas debe existir un compromiso por parte de los trabajadores que integran la empresa. Cisco fue pionera en el uso interno de redes sociales corporativas, primero con la plataforma Cisco Quad y después con Cisco WebEx Social. Ambas nos han

estar aislado del público en general, solo se comparte con los miembros de la comunidad. La comunicación corporativa puertas adentro es algo que en muchos casos no se busca compartir y puede desear ser estanca. El riesgo obviamente es que los empleados compartan la comunicación interna en sus propias redes sociales abiertas. Hoy todo está interconectado, no hay más verdaderos compartimientos estancos, por más trabas que pongamos siempre dependemos de la buena voluntad o del acatamiento de las indicaciones de no compartir públicamente”.

SEGURIDAD

Podría parecer que en este tipo de redes internas la información se encuentra más segura que si se comparte en Facebook. El hecho de ser redes cerradas da, al menos, esa sensación de seguridad. Pero la realidad, también aquí es distinta. Desde TrendMicro se insiste en que “debemos controlar la fuga de información, la propagación de malware por estas redes y el uso indebido de las mismas. Además, al ser servicios de redes sociales propios, hay que tener en cuenta la seguridad del propio servicio y servidores que ofrecen este servicio. Hay que tener en cuenta que al usar una red social propia, podemos controlar mucho mejor la fuga de información, pero también debemos ser conscientes de que se convierten en una vía de ataque de ingeniería social mucho más efectiva. Al ser un servicio interno ofrecido por la propia corporación, podemos bajar las defensas y ser más susceptibles de aceptar contenido de alguien que conocemos”. Patricia Fernández Carrelo, VP Marketing de Zyncro que las medidas de seguridad en este tipo de redes son sencillas. En su opinión, “las medidas de seguridad son las mismas que en los

sistemas tradicionales de gestión de la información, pero dado que favorecen la aportación de todos los miembros de la organización, es importante definir desde el principio una serie de pautas de uso, una guía de criterios editoriales y, si fuera necesario, por compliance de la organización, implementar funcionalidades de moderación de mensajes, limitación en la difusión de los datos o de puntos de acceso a la información. Todo va en función de la cultura y política corporativa de cada empresa y del grado de privacidad que quiera establecer. No obstante las redes sociales internas son mucho más seguras que las genéricas, pues toda la información pertenece a la organización, es completamente configurable a nivel de privacidad, y en el caso concreto de Zyncro, se cumple toda la normativa legal vigente para salvaguardar la seguridad de los datos”.

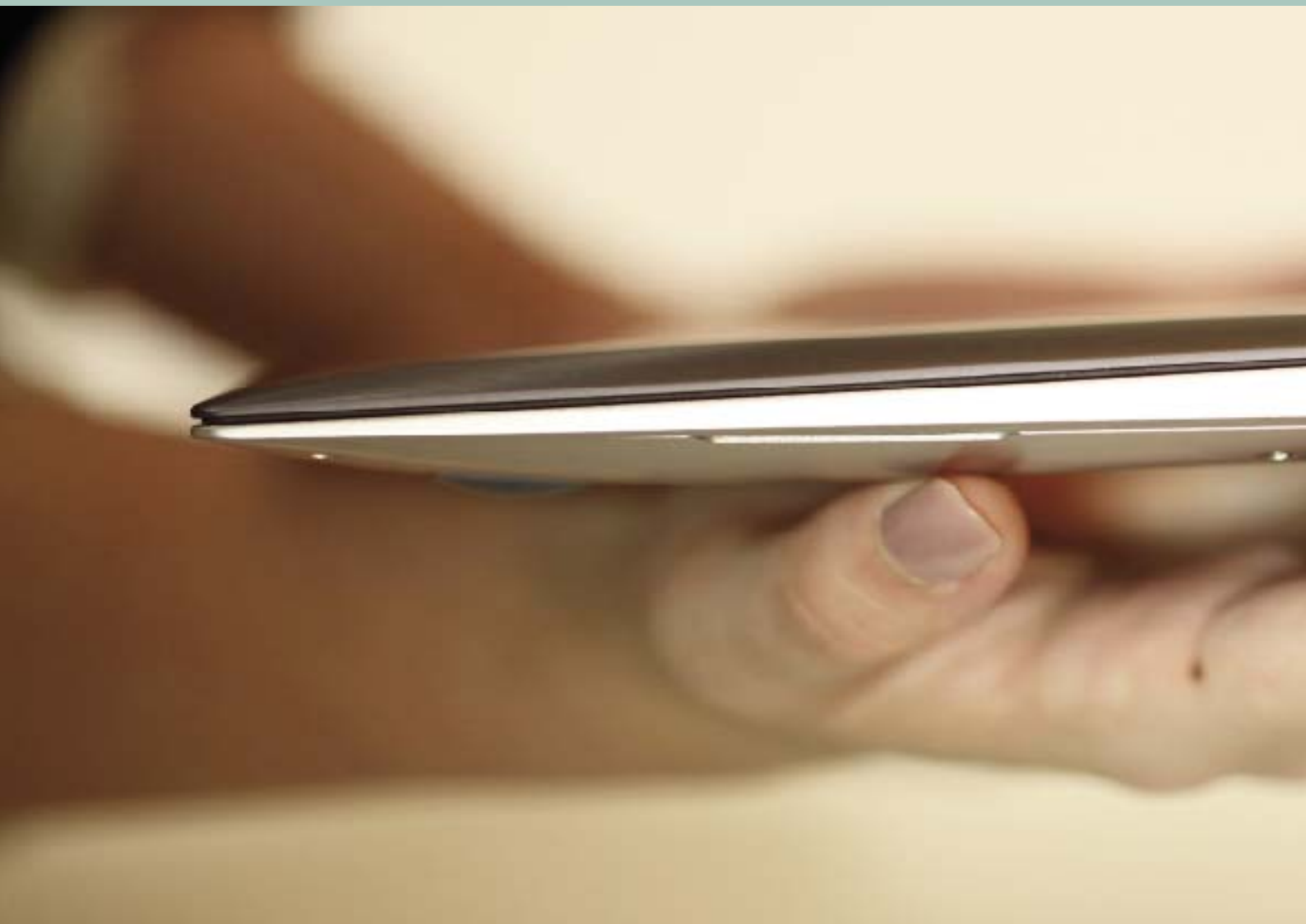
En definitiva, parece que en los próximos años serán este tipo de redes sociales por las que más apuesten los entornos empresariales. Para muestra, un botón: Un estudio de MyObserver reve-

la que, aunque su repercusión ha aumentado en un 153% respecto al año anterior, aún se desconoce el verdadero potencial de las redes sociales corporativas. Según este informe, ahora más que nunca es necesario desmitificar barreras y construir oportunidades en torno al valor real de la colaboración entre empleados. Por este motivo, no solo los responsables de TI deben concienciarse sobre las ventajas de las redes sociales corporativas, también han de hacerlo los directores de Recursos Humanos.

Por otro lado, Gartner, en su “Magic Quadrant for Social Software in the Workplace”, publicado el pasado mes de septiembre, sitúa a Microsoft como líder absoluto, gracias a SharePoint y Yammer.

El pasado verano, Microsoft realizó una inversión de 1.200 millones de dólares en Yammer, demostrando así su compromiso con esta revolucionaria herramienta colaborativa. La compañía finalizó su tercer trimestre del ejercicio fiscal registrando un crecimiento del 259% en ventas de Yammer.





Ordenadores para la movilidad

Los equipos más recomendables para los usuarios que trabajan fuera de la oficina durante muchas horas son los ultrabooks; unos ordenadores portátiles que a pesar de su fino grosor y atractiva estética ofrecen un alto rendimiento y potencia, baterías de gran autonomía y un conjunto de medidas que preservan la seguridad.



Hace justamente un año que hablábamos en estas páginas de los ultrabooks, unos equipos cada vez más populares que destacan por su potencia, rendimiento, ligereza y seguridad. Dentro de este contexto, los usuarios que por su trabajo tienen que desplazarse con frecuencia tienen ante sí una interesante opción de compra con el aliciente de que en muchos casos están máquinas ofrecen un diseño flexible que permiten utilizarlas no sólo como portátiles, sino también como tabletas

Los ultrabooks son equipos que destacan, en primer lugar, por su cuidado y atractivo diseño: de perfil ultrafino y peso ligero que facilita su traslado, proporcionan una alta durabilidad y resistencia, una característica a la que contribuyen los materiales elegidos para su fabricación: así, unos optan por el aluminio anodizado, otros por el magnesio, existen pantallas Corning Gorilla Glass resistentes a golpes y arañazos, etcétera.

En lo que respecta a sus características técnicas, la mayoría de ellos comparten una configuración similar que viene encabezada por la cuarta generación de procesadores Intel Core y una unidad de estado sólido (SSD) que, además de consumir menos energía, son más seguros y brindan tiempos de arranque más rápidos.

La seguridad también es importante, y algunas propuestas ofrecen medidas adicionales como lectores de huella dactilar, tecnologías de reconocimiento facial, sistemas de encriptado... Y en lo que respecta a sus conexiones, lo habitual es que incluyan al menos un par de puertos USB 3.0, así como una toma HDMI y DisplayPort. Por su parte, la pantalla también desempeña un papel crucial. La tendencia son los ultrabooks de entre 11,6 y 13,3 pulgadas y cuyas altas resoluciones proporcionan una agradable experiencia de visionado; algunas de estas pantallas, además, son sensibles al tacto y reconocen el toque de hasta 10 dedos a la vez.

Acer Aspire S7-391

El fabricante ha renovado su serie Aspire S7 con una versión mejorada que incrementa la vida útil de la batería y reduce el nivel de ruido que emite este tipo de equipos. Además, integra una pantalla de 13,3 pulgadas multitáctil.

Esta propuesta forma parte de la nueva generación Aspire S7 que la compañía taiwanesa presentó a mediados del año pasado y que, manteniendo algunas de las características más importantes de su versión predecesora, introduce mejoras destacadas. Por ejemplo, su batería puede alcanzar una autonomía de hasta siete horas, lo que significa un aumento del 33% respecto a su antecesor; el teclado retroiluminado electroluminescente es mucho mejor; y posee un ventilador más silencioso que forma parte de la segunda generación del sistema de refrigeración Acer TwinAir y que ha reducido en un 20% el nivel de ruido emitido.

Con una pantalla de 13,3 pulgadas, brinda una resolución de 1.920 x 1.080 píxeles de resolución, aunque su característica más atractiva e interesante es que es compatible con la tecnología táctil y puede utilizarse con varios dedos de manera simultánea, aprovechando al máximo las características que proporciona su sistema operativo Windows 8. Otro detalle a valorar es que esta pantalla puede abrirse hasta 180°, reorientando la imagen a través de una combinación de teclas rápida para compartir contenidos fácilmente.

Acer Aspire S7-391 integra micrófonos duales situados en la parte central y la tecnología

Purified Voice, que ha sido desarrollada por el propio fabricante con el objetivo de mejorar la calidad de las conversaciones y reducir el ruido cuando el usuario emplea el reconocimiento de voz y aplicaciones VOIP. Por otro lado, su procesador de doble núcleo forma parte de la cuarta generación de procesadores Intel Core i4, y también dispone de una memoria RAM de 4 Gb y una unidad SSD de 256 Gb de capacidad. Con un grosor de 12,9 mm y un peso de 1,3

Kg, su diseño de eje en forma de T contribuye a que cuando el ordenador se está utilizando con la yema de los dedos disfrutemos de una cómoda usabilidad. Mientras, la cubierta Gorilla Glass 2 es suave al tacto y, además de proyectar una imagen elegante, es resistente a los arañazos y fácil de limpiar. Ha sido fabricado a partir de un único bloque de aluminio (diseño de una sola pieza) que destaca por su fino grosor y resistencia, características clave en los desplazamientos.

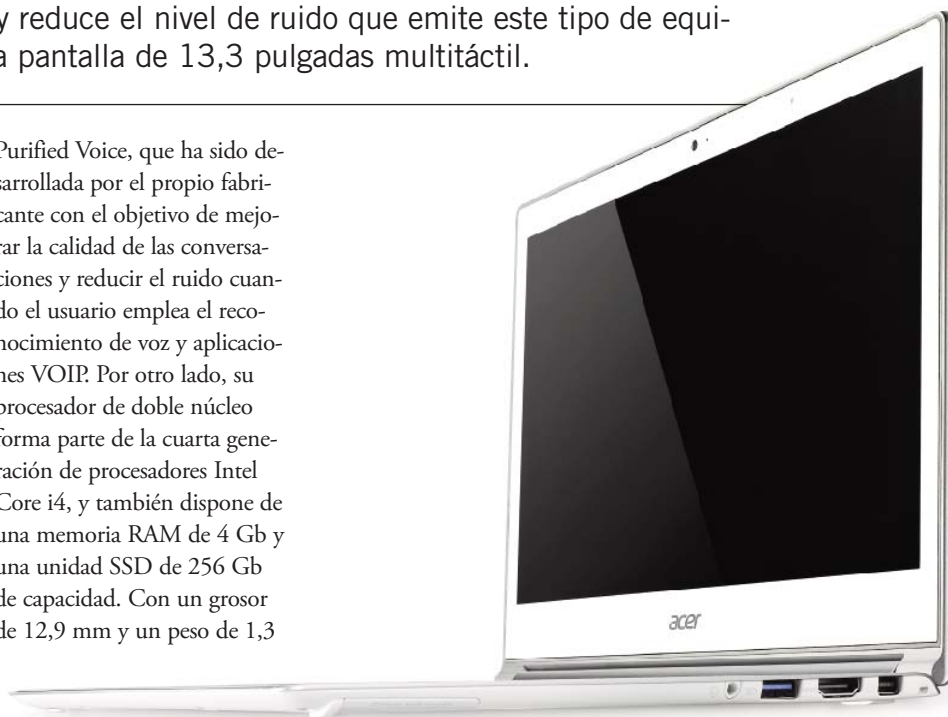
Acer

C/ Disseny, número 3-5. 1ª Planta
08850 Gava (Barcelona)

Teléfono: 902 20 23 23

Web: www.acer.es

Precio: 1.699 euros



Con una pantalla de 13,3 pulgadas, brinda una resolución de 1.920 x 1.080 píxeles de resolución



CeBIT 2014

IT Business 100 %.

- Feria líder y conferencia para profesionales
- Informaciones actuales sobre tendencias digitales
- Comparación transversal de la oferta
- Más de 1.000 horas de programa de conferencias

10 – 14 de marzo de 2014

Hannover • Alemania

cebit.com



Deutsche Messe
Hannover • Germany

New Perspectives in IT Business.

CeBIT

Asus Zenbook UX301LA

Este ultrabook, con pantalla táctil de 13,3 pulgadas, está disponible con una resolución de hasta 2.560 x 1.440 píxeles. Incluye un sistema de reconocimiento facial.



Cuenta con el respaldo de un elegante y cuidado diseño que le confiere una atractiva carta de presentación. En este sentido, Asus Zenbook UX301LA incorpora una pantalla de cristal de 13,3 pulgadas y protección Corning Gorilla, una característica que comparte con otros ultrabooks de esta comparativa. Lo que también comparte es que es compatible con la tecnología multitouch, por lo que el usuario puede interactuar con sus dedos en la pantalla y sacar un mejor provecho al sistema operativo Windows 8. Con un touchpad más grande que admite gestos multipunto, posee un teclado retroiluminado que adapta automáticamente su iluminación para que el trabajo siempre disponga de la visualización adecuada. Su acabado metálico de 15,5 mm de

grosor tampoco pasa desapercibido y, en este caso, el fabricante ha logrado que sea un 14% más fino que el modelo anterior.

Pero más allá de su diseño y calidad constructiva, también proporciona un elevado rendimiento que le permite desenvolverse con fluidez en el día a día, aun cuando el usuario no se encuentra en su puesto habitual de trabajo. A este respecto, una de las versiones disponibles integra la 4ª generación del procesador Intel Core i7 que, combinada con la gráfica Intel Iris 5100, también proporciona una óptima experiencia en el caso de que también se desee visualizar videos en alta definición.

En otro orden de cosas, la utilización de una unidad de estado sólido (disponible con capacidades que oscilan entre los 128 Gb y los 512 Gb)

combinada con la tecnología para la gestión de la energía Super Hybrid Engine II prolonga la autonomía y el tiempo que el portátil aguanta en estado de suspensión. Si llegado el momento la capacidad de este disco duro no es suficiente, existe la opción de utilizar de manera gratuita y por un periodo de tres años el servicio de almacenamiento en la nube WebStorage con capacidad para 32 Gb de información. Asimismo, es posible descargarse la aplicación MyBitCast para sincronizar contenidos con otros dispositivos y cuentas simultáneamente. ¿Y el audio? Tiene el respaldo de SonicMaster que elimina la distorsión, proporcionando sonido de alta fidelidad y una buena experiencia sonora porque se combina con ICEpower, un sistema desarrollado por Bang & Olufsen.

Asus Zenbook UX301LA incorpora a su hoja de características técnicas conectividad USB 3.0, una salida de video HDMI 1.4 que mejora la resolución máxima a 4.000 x 2.000 píxeles y la tecnología Power4Gear que ajusta la velocidad del ventilador en relación a la carga a la que el sistema funciona, minimizando el ruido emitido y prolongando la vida útil de la batería de seis celdas que incluye. En su contra hay que decir que tiene uno de los precios más elevados, por lo que no recomendaríamos su compra ya que existen mejores modelos.

Asus Ibérica S.L.

Calle Plomo, números 5-7,
08038 Barcelona

Teléfono: 902 889688

Web: www.asus.com

Precio: Desde 1.899 euros

Dell XPS 13

Con un tamaño similar al de un equipo de 11 pulgadas, este modelo de Dell brinda una pantalla de 13,3 pulgadas. La presencia de la tecnología Intel Smart Connect mantiene actualizado el correo electrónico, el calendario o los contactos del usuario.

Este ultraportátil destaca, en primer lugar, por su cuidado diseño que (además) resulta resistente, por lo que el usuario puede llevarlo cómodamente en sus desplazamientos. Así, entre los materiales elegidos para su fabricación se encuentran el aluminio maquinado y la fibra de carbono; otro detalle a valorar es que la tapa superior ha sido cortada con una alta precisión a partir de un único bloque de aluminio que contribuye a su durabilidad.

La pantalla es uno de sus puntos más atractivos: con un tamaño de 13,3 pulgadas, tiene la particularidad de que está inteligentemente encajada en un tamaño similar al de un portátil de 11 pulgadas y facilita un completo ángulo de visión de 178°. En este caso, es posible elegir entre un modelo de 720p o 1.080p. Lo que sí es común a ambas alternativas es que disponen de tecnología TrueLife (para un buen contraste y definición de los colores) y WLED, un sistema con el que las pantallas son más delgadas y consumen menos energía. Recubiertas con un cristal Corning Gorilla Glass para su resistencia a los golpes, en la parte superior se ha incluido una cámara web de alta definición de 1,3 megapíxeles con certificación Skype. Lo que también se ha mejorado es la visualización de las películas y la navegación a través

de Internet gracias a un brillo de 350 nits.

Con un peso de 1,36 kilogramos, luce un perfil muy delgado - al igual que otros modelos de la competencia- y ofrece un grosor de 6 milímetros en su punto más fino. El teclado (que se retroilumina en situaciones de poca luz) es cómodo de utilizar, ha sido diseñado pensando en el confort de los dedos, y también posee una almohadilla de cristal compatible con el uso de gestos: deslizar, hacer zoom, arrastrar, soltar elementos...

En otro orden de cosas, indicar que el ultraportátil Dell XPS 13 arranca en menos de ocho segundos y que se reactiva desde el modo suspendido en sólo uno (cuatro desde el modo de suspensión profunda) gracias a su tecnología Intel Rapid Start y el empleo de una unidad de estado sólido disponible con una capacidad de hasta 512 Gb.

¿Y el procesador? Es posible seleccionar entre un modelo Intel Core i5 o i7 con diferentes frecuencias de reloj para elegir el que más se ajuste a nuestras necesidades. La autonomía, en condiciones de uso normal, puede prolongarse durante todo el día, mientras que con la tecnología Intel Smart Connect mantenemos actualizado el correo electrónico, la agenda de contactos, el calendario o las redes sociales incluso cuando el equipo en-



Su principal característica es su pantalla de 13,3 pulgadas, encajada en un equipo que parece de 11 pulgadas

tra en modo suspensión. Para ello, esta tecnología lo que hace es localizar las redes disponibles garantizando que, al abrir de nuevo la tapa del ordenador, todo se encuentra como lo dejamos la última vez, pero con las actualizaciones correspondientes.

Dell España

Ed. Valreality. C/ Basauri, 17
28023 Madrid

Teléfono: 91 722 92 00

Fax: 91 722 95 83

Web: www.dell.es

Precio: Desde 999 euros

Fujitsu STYLISTIC Q702

Es el ultraportátil más ligero de toda la comparativa, con un peso de 850 gramos, y se encuentra disponible en varias versiones para que el usuario elija la que más se ajuste a sus requerimientos y necesidades.

El equipo que ha propuesto Fujitsu para esta comparativa es el modelo STYLISTIC Q702, un modelo enfocado a los trabajadores que pasan muchas horas fuera de la oficina y que, al igual que otros portátiles incluidos, forma parte de la categoría de ordenadores convertibles o híbridos. En este caso, tiene un mecanismo que permite separar la pantalla del teclado en el caso de que el usuario lo quiera utilizar como tableta y aprovechar las ventajas que proporcionan este tipo de dispositivos móviles.

Es muy ligero, su peso es inferior a los 900 gramos, y tiene una pantalla antirreflejos de 11,6 pulgadas y 1.366 x 768 píxeles de resolución sensible al tacto (soporta hasta diez toques de manera simultánea) con tecnología IPS para un ángulo de visión más amplio. Esta pantalla también incluye un sistema que ajusta de manera automática la iluminación para adaptarse al ambiente de trabajo.

Adentrándonos en sus características más técnicas, su configuración guarda con algunas semejanzas con los ultrabooks de otras firmas del mercado: la memoria RAM tiene un tamaño de 4 Gb, la unidad de almacenamiento SSD está

disponible con una capacidad de hasta 256 Gb... Su procesador forma parte de la tercera generación Intel Core, estando disponible en tres versiones diferentes: Intel Core i3-3227U a 1,9 GHz, Intel Core i5-3337U a 2,7 GHz o Intel Core i5-3437U a 2,9 GHz.

Por otro lado, y en lo que respecta al capítulo de sus conexiones, hay que indicar que el ul-



trabook Fujitsu STYLISTIC Q702 integra una salida HDMI y dos puertos USB, uno compatible con la norma 2.0 y otro con la 3.0. También dispone de un lector de tarjetas de memoria y un slot para tarjetas SIM que resulta útil en el caso de querer contratar una conexión 4G (de serie, puede utilizarse con una conexión 3G). Asimismo, su docking para replicador de puertos permite acoplar otros dispositivos como una pantalla o un ratón más grandes.

En otro orden de cosas, y siendo un equipo enfocado al ámbito de la empresa, la

Dispone de un lector de tarjetas de memoria y un slot para tarjetas SIM que resulta útil en el caso de querer contratar una conexión 4G

seguridad es un aspecto que cobra especial relevancia: integra un lector de huellas dactilares, tecnología Intel Anti Theft & Computrace y, de manera adicional, puede añadirse un módulo TPM 1.2 como método de cifrado.

Fujitsu Spain

Camino Cerro de los gamos 1
28224 Pozuelo de Alarcón
(Madrid)

Teléfono: 91 784 90 00

Web: www.fujitsu.com/es

Precio: 1.494 euros (con Windows 8 y replicador de puertos)

nexica^o Cloud

tranquilidad 24x7 garantizada



Siéntete respaldado por expertos en servicios gestionados TIC con Data Center propio y con más de 14 años de experiencia.

Disfruta de un servicio y una plataforma tecnológica innovadores y flexibles, adaptables a tus necesidades. Paga sólo por el uso que realices.

Asegura el negocio de tu empresa sin necesidad de hacer inversiones en infraestructuras y recursos. Nosotros te los garantizamos 24x7.

www.nexica.com

Llámanos al 902 20 22 23
Visita nuestro Data Center

nexica^o

Alojamiento y gestión de servicios web críticos.
Gestión de correo corporativo.
Gestión y monitorización 24x7x365.
Plataformas de stress.
Centro Virtual de Contingencia.

HP EliteBook Revolve 810 G1

La estructura de este modelo convertible optimizado para Windows 8 es de magnesio, pudiendo adquirir de manera opcional un lápiz stylus para interactuar con su pantalla de 11,6 pulgadas de manera más cómoda. También está preparado para intercambiar información con dispositivos compatibles a través de la tecnología NFC.A

De la mano de HP, llega el ultraportátil EliteBook Revolve 810 G1, un modelo que comparte con otras propuestas incluidas en este artículo la capacidad de utilizarse bien como portátil bien como tableta; de hecho, y dependiendo del uso que se le vaya a dar, ajusta automáticamente la orientación de la pantalla y su brillo, entre otras características. Con unas dimensiones de 212 x 285 x 22,2 milímetros y un peso a partir de 1,40 kilogramos, tiene una pantalla 11,6 pulgadas retroiluminada por LEDs y 1.366 x 768 píxeles de resolución. Además, como utiliza tecnología UWVA (Ultra Wide Viewing Angle), esto le permite ofrecer un amplio ángulo de visión. La inclusión de un cristal Corning Gorilla Glass 2 proporciona una protección extra en el caso de que reciba algún rasguño.

En su centro neurálgico, HP EliteBook Revolve 810 G1 integra un procesador Intel Core i5 que funciona a una frecuencia de 1,9 GHz y, asimismo, dispone de una memoria RAM DDR3 de 4 Gb de tamaño y una unidad de almacenamiento mSATA de 128 Gb que le permiten desenvolverse de manera cómoda en las tareas del día a día. Por otro lado, la tecno-



logía Intel Rapid Share contribuye a que el equipo pase del modo reposo a estar funcionando en un tiempo de sólo cinco milisegundos: entre otros beneficios, esto hace que consuma menos energía y que la autonomía de la batería se amplíe.

Como cabría esperar, es compatible con redes wireless (802.11 a/b/g/n) y puede comunicarse con otros dispositivos a través de Bluetooth. Las ranuras de expansión de que dispone

son dos (slot para microSD y microSIM), y sus conexiones están formadas por: 2 USB 3.0, un puerto DisplayPort, un jack para auriculares y micrófono, y un conector docking para que el usuario (por ejemplo) acople un monitor, un ratón, un segundo teclado o cualquier otro accesorio que necesite.

Y como la seguridad es un criterio y una prestación que se valora de manera especial, la compañía norteamericana

ha incluido la suite HP Client Security que ayuda a encriptar la información almacenada en el disco duro y restringir accesos no autorizados.

HP España

Calle Vicente Aleixandre, 1
Parque Empresarial Madrid-
Las Rozas.
28232 Las Rozas (Madrid)

Web: www.hp.es

Teléfono: 902 027 020

Precio: 1450,79 euros

Lenovo Yoga 2 Pro

El sucesor del ultrabook Yoga 2 destaca por incorporar una pantalla multitáctil de 10 puntos y 13,3 pulgadas con tecnología IPS y 3.200 x 1.800 píxeles de resolución. Además, tiene pre-cargado un programa que reconoce si lo utilizamos como portátil o tableta, sugiriéndonos las aplicaciones que mejor funcionan en cada momento.

Disponible en color gris y naranja, para que el usuario elija la tonalidad que más le guste, Yoga 2 comparte con las propuestas de Fujitsu, HP, Panasonic y Sony la posibilidad de utilizarlo indistintamente como portátil o tableta. El fabricante, en este sentido, no sólo ha desarrollado un diseño giratorio de 360° y plegable; también ha trabajado en un sistema conocido como Transition que cambia de manera automática la configuración del sistema y bloquea el teclado.

En cuanto a la pantalla, su superficie de 13,3 pulgadas asegura una cómoda visualización de los contenidos y es compatible con el toque de diez dedos a la vez. Su resolución es también uno de sus puntos fuertes, y sus 3.200 x 1.800 píxeles ofrecen una grata experiencia visual. La pantalla que integra Lenovo Yoga 2 también se suma a la tendencia de los paneles con tecnología de plano (o IPS) que, además de garantizar imágenes con gran nitidez, brinda un ángulo de visión más amplio.

Mucho más delgado y ligero que el modelo anterior, tiene un grosor de 15,5 mm y un peso de 1,39 kg, esta nueva versión proporciona una batería de hasta nueve horas de duración y cuenta



con un teclado retroiluminado. Asimismo, ahora tiene instalado un software personalizado que nos ayuda a obtener el mejor rendimiento del equipo en función del uso que se le esté dando: su funcionamiento es muy sencillo y lo que hace es sugerirnos las aplicaciones que mejor funcionan en cada uno de los casos. Algunas de las aplicaciones precargadas son Phone Companion, Camera Man y Photo Touch.

Lenovo Yoga 2 está equipado con la 4ª generación de procesadores Intel Core, por

lo que se desenvuelve muy bien en cualquiera de sus facetas. Con una autonomía de hasta nueve horas para utilizarlo durante toda la jornada laboral sin necesidad de cargarlo, el equipo de ingenieros de la firma ha aplicado tecnologías como Voice Control que le permite al usuario hablar o realizar preguntas al ultrabook y llevar a cabo diferentes tareas de este modo. También se ha mejorado la ergonomía del teclado AccuType que incrementa la comodidad a la hora de escribir y minimiza los erro-

res, mientras que la retroiluminación facilita su uso en entornos poco iluminados. Sus altavoces Dolby Home Theater reproducen un sonido estéreo y la tecnología Dolby Home Theater proporciona una experiencia de audio envolvente.

Lenovo Spain

C/ Caleruega, 102-104, 3ª planta
28033 Madrid

Teléfono: 902 181 449

Fax: 91 384 55 78

Web: www.lenovo.es

Precio: 1.299 euros

Panasonic Toughbook CF-AX3

Un modelo todoterreno que puede utilizarse como ultrabook y como tableta. Su pantalla de alta definición de 11,6 pulgadas proporciona un ángulo de visión de 170° y cuenta con un sistema que permite cambiar su batería cuando el equipo está funcionando.

La firma japonesa ha elegido para este artículo el ultrabook Toughbook CF-AX3, que sucede al modelo CF-AX2. Como viene siendo habitual en los ordenadores pertenecientes a la gama Toughbook, ofrece un diseño resistente y altamente duradero a prueba de golpes y arañazos; en este sentido, soporta caídas de 76 centímetros y una presión de hasta 100 kilopondios.

Funciona con el sistema operativo Windows 8.1 Pro y su configuración técnica viene encabezada por un procesador Intel Core de cuarta generación (Intel Core i5 4300U vPro) que ayuda a reducir el consumo energético del equipo y también ayuda a mejorar su vida útil.

Precisamente, este equipo, al igual que otros modelos de la firma, tiene la capacidad de ampliar la autonomía de su batería gracias a un sistema a través del cual el usuario intercambia en caliente una batería por otra, pudiéndolo utilizar cerca de 20 horas (función 'hot swap'). El equipo de ingenieros de Panasonic también ha mejorado el modo standby para que se mantenga en modo de espera durante más tiempo y permita un arranque más rápido y mejores tiempos de respuesta. Con una memoria RAM de 4 Gb DDR3L, ampliable a 8 Gb, el disco duro es una unidad de almacena-

miento SSD de 128 Gb de tamaño.

Uno de sus aspectos más interesantes es que pertenece a la categoría de equipos convertibles: la clave se encuentra en su diseño de bisagra Flip-Over 360° que permite utilizarlo no sólo como ultraportátil sino también como tableta.

Panasonic Toughbook CF-AX3 dispone de una pantalla de 11,6 pulgadas que reconoce el toque de diez dedos de manera simultánea y tiene una re-

solución de 1.920 x 1.080 píxeles. Además, brinda tecnología IPS antirreflejos y, con respecto a su predecesor, ofrece un ángulo de visión de 170°, un ratio de contraste mayor y una mejora en el brillo de la pantalla.

Con un grosor de 18 milímetros y un peso de 1,135 kilogramos, medidas que favorecen su cómodo transporte, es compatible con las tecnologías

inalámbricas Wi-Fi y Bluetooth 4.0, y de manera opcional el usuario opta a un módulo de comunicaciones 3G o 4G.

Panasonic

WTC Almeda Park
Plaza de la Pau s/n Edificio 8
08940 Cornellá de Llobregat
(Barcelona)

Teléfono: 93 425 94 38

Web: www.panasonic.es

Precio: 2255, 44 euros





Desde
29€/mes

Visítanos en www.easymailing.es y solicita una prueba gratuita

Solución web: no es necesaria la instalación de ningún software, tan sólo necesita un navegador web y una conexión a internet.

Uso sencillo e intuitivo: el programa incorpora un interfaz de diseño sencillo e intuitivo de tal forma que el usuario sólo necesita conocimientos a nivel internet.

Consiga objetivos con una inversión mínima: las tarifas se ajustan a las necesidades de sus campañas. Sólo paga por el volumen y transferencia de envíos.

Fidelización de clientes: establezca una comunicación continuada con sus clientes.

Reducción de tiempos: EasyMailing le permite la automatización de procesos reduciendo los costes de producción.

Universalidad: contacte con cualquier persona del mundo.

Medición eficaz de los resultados: conozca con total exactitud los resultados de su campaña.



Sony VAIO Duo 13

Un ultrabook con el que el trabajador móvil se mantiene actualizado gracias a la tecnología always-on, incluso en standby. También se sumada a la hornada de equipos convertibles y convierte una conexión Ethernet en un punto de acceso.

Pensando en los usuarios en movimiento, y que hacen de su ordenador su inseparable compañero de viaje, Sony cuenta en su portafolio de producto con el ultrabook híbrido VAIO Duo 13 que, gracias a su diseño 'Surf Slider', cambia rápidamente de uno a otro modo. En este caso, el modelo dispone de un mecanismo que permite que la pantalla se sitúe encima del teclado con un simple y rápido movimiento. Esta pantalla, que tiene un tamaño de 13,3 pulgadas y 1.920 x 1.080 píxeles de resolución, cuenta con tecnologías clave que permiten disfrutar de una alta calidad de imagen, con colores auténticos y naturales. Nos referimos a TRILUMINOS Display for mobile y X-Reality for mobile, una tecnología que analiza cada imagen y reproduce los 'píxeles perdidos' para optimizar la calidad final y mostrar los vídeos de manera más definida (en el caso de una presentación, por ejemplo, los trabajos tienen un toque

más profesional profesional).

En otro orden de cosas, y para mejorar la productividad, este miembro de la serie VAIO se comercializa con un práctico stylus digital. Sensible a la presión que ejerza el usuario en cada uno de los trazos, va ligado a la aplicación 'Note Anytime for VAIO' para tomar notas en el momento preciso. Incluso no es necesario teclear la contraseña de inicio del ultrabook, pues su sistema de reconocimiento facial verifica en el momento que eres tú y completa el acceso al sistema.

Sony VAIO Duo 13 puede integrar procesadores de la familia Intel Core i7-4500U que, gracias a la tecnología Intel Turbo Boost, permite aumentar su frecuencia de funcionamiento automáticamente en determinadas circunstancias. Con una memoria RAM de 4 Gb y una unidad de estado sólido de 128 Gb, incluye una cámara tra-

sera con enfoque automático de ocho megapíxeles y sensor 'Exmor RS for PC' que capta imágenes con un alto nivel de detalle y nitidez: las notas de una pizarra, un folleto impreso, proyecciones de diapositivas... También destaca la aplicación 'CamScanner', idónea para todos aquellos materiales que se escanean, y su función de reconocimiento óptico de caracteres.

Es compatible con la tecnología móvil de banda ancha 3G y existe la posibilidad de convertir una conexión Ethernet en un punto de acceso al que conectar de manera simultánea hasta cinco tabletas o smartphones, de modo que los otros dispositivos pueden compartir la señal y acceder a la Web (para

ello, hay que acoplar un router Wi-Fi al alimentador AC con el que se comercializa). La autonomía del ultrabook Sony VAIO Duo 13 puede ampliarse hasta 15 horas y gracias a su tecnología de standby basta con pulsar el botón de apagado para que entre en modo reposo: así, el equipo está conectado de manera permanente a Internet y puede recibir nuevos correos electrónicos, o actualizaciones de de redes sociales.

Sony España

Avenida Diagonal, número 633
08028 Barcelona

Teléfono: 902 402 102

Web: www.sony.es

Precio: Desde 1.499 euros

Toshiba Portégé Z30 SSD-12T

Forma parte de la nueva gama de ultrabooks Serie Z de la firma japonesa: integra una pantalla HD de 13,3 pulgadas y un paquete de medidas de seguridad completo que incluye, entre otros, lector de huellas dactilares, puerto para tarjetas SmartCard y chip TPM.

Esta propuesta encabeza la nueva gama de ultraligeros Serie Z de Toshiba. Enfocada al mundo de la empresa, desde el punto de vista tecnológico incorpora uno de los últimos procesadores de la cuarta generación de Intel Core: en concreto, se trata del modelo Intel Core i5-4200U. Además, Portégé Z30 SSD-12T integra a sus características una memoria RAM DDR3L de 8 Gb (ampliable el doble en caso de necesidad) y una unidad SSD de 256 Gb que le permiten desenvolverse con soltura y fluidez en las tareas a desempeñar. Como sistema operativo, emplea Windows 8.1 en su versión Profesional, además de la posibilidad de una versión de Windows 7 (también Profesional) preinstalada.

Tiene unas dimensiones de 316 x 227 x 13,9 -17,9 mm y un peso a partir de 1,20 Kg, por lo que se garantiza su cómodo transporte en los desplazamientos. Por su parte, la pantalla posee un tamaño de 13,3 pulgadas, cuenta una superficie mate y su resolución HD garantiza que los elementos gráficos se reproduzcan con calidad; aunque esta pantalla no es sensible al tacto, Toshiba pone a disposición de los usuarios la posibilidad de sustituir ésta por una compatible con la tecnología táctil. En cuanto a la autonomía, el ultrabook



Portégé Z30 SSD-12T permite afrontar una jornada de trabajo fuera de la oficina perfectamente al alcanzar un tiempo de uso de 12 horas (10 horas para la versión táctil). Una de las características más interesantes de esta batería es que proporciona el doble de ciclos de carga que el estándar actual.

Como cabría esperar, está dotado de tecnología Bluetooth 4.0 y Wi-Fi, además de puerto para tarjetas SmartCard (por ejemplo, para utilizarlo con el DNI electrónico) y lector de huellas dactilares como medidas de seguridad. Esta seguridad se ve reforzada gracias al paquete

de herramientas Toshiba EasyGuard que incluye características como Intel Theft, una tecnología antirrobo por hardware; teclado resistente a la salpicadura de líquidos; y chasis de magnesio con estructura en forma de panel de colmena de abeja de alta resistencia. También brinda ranura para cable de seguridad Kensington y resistencia a caídas de 76 centímetros y presión de hasta 100 kilogramos. Asimismo, Toshiba Portégé Z30 SSD-12T posee el chip TPM que ya hemos visto en otros modelos de esta comparativa.

En cuanto a sus conexiones, cuenta con un puerto

RGB, HDMI, minijack combo con soporte para micrófono y altavoces, lector de tarjetas SD y SDXC y tres puertos USB 3.0, uno de ellos compatibles con la función 'Sleep and Charge' y que permite cargar la batería de los dispositivos compatibles aun cuando el ordenador está apagado.

Toshiba España

Parque Empresarial San Fernando.
Edificio Europa.
28830 San Fernando de Henares
(Madrid)

Teléfono: 91 660 67 00

Web: www.toshiba.es

Precio: 1.088 euros

CONCLUSIONES

Los modelos que han participado en esta comparativa pueden dividirse en dos grandes grupos: de un lado, los de diseño híbrido o convertibles para utilizar el ultrabook también como tableta gracias a una estructura especial que permite cambiar de un modo a otro fácilmente y, por otro, los equipos con un diseño tradicional. En la primera categoría estarían las pro-

puestas de Fujitsu, Lenovo, HP, Panasonic y Sony de los que nosotros nos quedamos con el de Lenovo. Por su parte, los ultrabooks de Asus, Acer, Dell y Toshiba, a pesar de no pertenecer a la categoría de convertibles, resultan una opción de compra igualmente valorable, con diferentes aplicaciones y utilidades para trabajar en el día a día. En este caso, descartaríamos casi inmediatamente el de Asus por su precio.

Fabricante	Acer	Asus	Sell	Fujitsu	HP	Lenovo	Panasonic	Sony	Toshiba
Modelo	Aspire S7-391	ZenBook UX301LA	XPS 13	STYLISTIC Q702	EliteBook Revolve-810 G1	Yoga 2	Toughbook CF-A83	W80 Duo 13	Portege Z30 SSD-12T
Precio	1.600 euros	Desde 1.899 euros	Desde 999 euros	1.494 euros	1.450,79 euros	1.299 euros	2.255,44 euros	Desde 1.499 euros	1.088 euros
Procesador	Intel i5-3517U a 1,5 GHz	Disponibilidad procesadores Intel Core i5 e i7	Disponibilidad procesadores Intel Core i5 e i7	Disponibilidad procesadores Intel Core i3 e i5	Intel Core i5-3437U a 1,9 GHz	Hasta 4a generación del procesador Intel Core i7	Intel Core i5-4300U (Pro a 1,9 GHz)	Hasta Intel Core i7-4500U con tecnología Intel Turbo Boost	Intel Core i5-4200U hasta 2 GHz
Memoria RAM	4 Gb DDR3	Hasta 8 Gb DDR3L	A partir de 4 Gb DDR3 (máximo 8 Gb)	4 Gb DDR3	4Gb DDR3	Hasta 8 Gb DDR3L	4Gb DDR3L	4 Gb (DDR3)	8 Gb DDR3L
Disco duro	256 Gb SSD	Hasta 512 Gb SSD	Hasta 512 Gb SSD	Hasta 256 Gb SSD	mSATA SSD 128 Gb	Hasta 512 Gb SSD	SSD de 28 Gb	SSD de 128 Gb	SSD de 256 Gb
Sistema operativo	Windows 8 e 64 bits	Windows 8/ Windows 8 Pro	Disponibilidad Windows 7 y Windows 8 en diferentes versiones	Windows 8/ Windows 8 Pro	Windows 8 Professional 64 bits	Windows 8.1	Windows 8.1 Pro	Windows 8 u 8 Pro	Windows 7 Professional 64 bits y Windows 8.1 64 bit Pro (DNDRecovery)
MULTIMEDIA									
Gráficos	Intel HD 4000	Intel HD 4400/ Intel Iris HD5100	Intel HD 4000	Intel HD 4000	Intel HD 4000	Intel HD 4000	Intel HD 4400	Intel HD 4400	Intel HD 4400
Audio	Tecnología Purified Voice	Altavoces integrados Bang & Olufsen ICEpower Stereo-Miniatur	De alta definición y Waves MaxxAudio 4, 3 vólfones total	2 altavoces, technology codes; Realtek ALC293	DTS Studio Sound, altavoces estereo	Altavoces estereo con Dolby Home Theater	Reproducción de formatos WAVE y MIDI	Altavoces estereo	Sistema de sonido de alta definición
Pantalla	Pantalla Full HD de 13,3 pulgadas, Multitáctil y retroiluminación LED	Pantalla de 13,3 pulgadas disponible en dos resoluciones: 1.080 x 1.080 píxeles y 2.560 x 1.440 píxeles (Multitáctil)	Pantalla WLED de alta definición (720p) de 13,3 pulgadas con tecnología TrueLife. Opcional modo de 1080p	Pantalla de 11,6 pulgadas y 1.366 x 768 píxeles de resolución. Táctil anti-reflejos, tecnología IPS	Pantalla de 11,6 pulgadas retroiluminada por LEDs y 1.366 x 768 píxeles de resolución. Táctil	Pantalla de 13 pulgadas y 3.200 x 1.800 píxeles de resolución, multitáctil, tecnología IPS	Pantalla Full HD de 11,6 pulgadas, tecnología IPS, multitáctil	Pantalla Full HD DE 13,3 pulgadas, táctil, con TRILIMINOS Display y X-Reality	Pantalla de 13,3 pulgadas y 1.366 x 768 píxeles de resolución. Opcional modo táctil Webcam
CONECTIVIDAD									
HDMI (o versión inferior)	1 conexión	1 conexión	No	No	No	1 conexión micro-HDMI	1 conexión	1 conexión	1 conexión
USB	2 USB 3.0	2 USB 3.0	2 USB 3.0	2 puertos compatible con USB 2.0 y otro con USB 3.0	2 USB 3.0	2 puertos compatible con USB 2.0 y otro con USB 3.0	2 USB 3.0	2 USB 3.0, uno con función de carga	3 USB 3.0, uno compatible con la función Sleep and Charge. DisplayPort (o versión inferior)
DisplayPort	No	1 DisplayPort		No	No	No			
microSd/SDHC	Lector de tarjetas SD y MMC		No	Lector de tarjetas SD y SDXC	Ranura microSD	Lector de tarjetas de memoria	Compatible con UHS-I	SD y Memory Stick Run	Si
CONEXIONES									
Wi-Fi	802.11 a/b/g/n	802.11 a/b/g/n/e	802.11 a/b/g/n	802.11 a/b/g/n	802.11 a/g/n	S	802.11 a/b/g/n	802.11 a/b/g/n	802.11 a/g/n
Bluetooth	Bluetooth 4.0	A consultar	Bluetooth 3.0	Bluetooth 4.0	Si	A consultar	Bluetooth 4.0	Bluetooth 4.0	Bluetooth 4.0
OTROS DATOS DE INTERÉS									
Batería (según fabricante)	A consultar	A consultar	Hasta 8 horas y 53 minutos	Hasta 5 horas y 30 minutos	A consultar	Hasta 9 horas	Hasta 20 horas (intercambiable)	Hasta 11 horas	Hasta 12 horas
Opciones de seguridad	A consultar	Sistema de reconocimiento facial	Teclado resistente a derrames líquidos	Lector de huellas dactilares	HP Client Security	A consultar	TPM	Reconocimiento facial	Lector de huellas dactilares, suite Toshiba EasyGuard, chip TPM
Dimensiones	323,3 x 223,5 x 12,9 mm	325 x 230 x 15,5 mm	205 x 316 x 6-18 mm	302 x 195 x 12,7 mm	212 x 205 x 22,2 mm	A consultar	296 x 94 x 10 mm	330 x 210 x 19,5 mm	316 x 227 x 13,9 mm- 17,2 mm
Peso	1,30 Kg	1,4 Kg	1,35 Kg	0,850 Kg	Desde 1,40 Kg	Desde 1,39 Kg	1,135 Kg	1,35 Kg	Desde 1,20 Kg

el nuevo lunes

de la economía y la sociedad

le ofrece cada semana:

- ◆ Las claves de la economía española
- ◆ Qué se cuece en la UE
- ◆ Quién es quién en la Administración y en la empresa
- ◆ Cómo seleccionar su inversión
- ◆ Reportajes, entrevistas, crónicas y confidencias sobre el mundo del dinero

◆ Y sus suplementos:

Semanales:

- **Guía para su dinero**
Suplemento semanal de inversión
- **Golf**

Mensuales:

- **Mercado Hipotecario e Inmobiliario**
- **Cultura**
- **Ciencia y técnica**
- **Nuevas Tecnologías de la Información**

Trimestrales

- **La gula**
Suplemento placentero y relajado en torno a la buena mesa

Y además:

- **Empresas bajo la lupa**
- **Especiales EL NUEVO LUNES**
- **Rating**
Radiografía y calificación de las empresas y entidades financieras



Todas las semanas empiezan con un "nuevo lunes"

Boletín de suscripción

Nombre y apellidos		
Empresa		C.I.F.
Cargo	Telf.	Fax
Dirección	D. P.	
Población	Provincia	

Forma de pago: Talón a la orden de Punto y Seguido, S.A.
Suscripción anual: España, **60** euros. Europa, **108** euros (IVA incluido)
Plaza de España, 18. Torre de Madrid. Planta 3, ofics. 11 y 12. 28008 MADRID
Telf. 91 516 08 22. Fax 91 516 08 24. E-mail: suscripciones@elnuevolunes.com

Servicios financieros, un frente a cubrir de ataques cibernéticos

Alvaro Villalba,
Senior Presales de Corero

La oferta de servicios online es un valor en alza para que tanto bancos como empresas de servicios financieros continúen siendo competitivas.

Desde la aprobación de la Ley CARD - Credit Card Accountability, Responsibility, and Disclosure Act -, la Enmienda Durbin y el Reglamento E, la importancia de la banca online como piloto para retener y atraer clientes y generar beneficios se ha incrementado exponencialmente. En este sentido, se estima que los Servicios de Pago en línea pueden permitirle a un banco ahorrar hasta 150 dólares por cliente/ año en comparación con las transacciones realizadas en papel.

Internet, por tanto, ha abierto nuevas oportunidades de negocio para estas entidades, pero, también, ha introducido diversos elementos de riesgo en los sectores de servi-

cios financieros; movilizándolo a los delincuentes que siempre se dirigen hacia donde está el dinero. De hecho, la delincuencia cibernética es hoy la tercera prioridad para el FBI, y los ataques DDoS son hoy en día uno de los riesgos más graves a los que se enfrenta el sector bancario.

Así las cosas, durante el año pasado, un 64% de los bancos sufrieron, cuanto menos, un ataque por Denegación de Servicio Distribuido (DDoS), según un estudio independiente dirigido por el Instituto Ponemon. A esta realidad, se suma también una cuestión de desesperanza: la mayoría de los participantes se muestran convencidos de que estos ataques se mantendrán o aumentarán durante los próximos años, por lo que los bancos seguirán siendo vulnerables ante ataques cibernéticos que podrían dar lugar a tiempos de inactividad y a datos comprometidos.

Quién arriesga 'no gana' en seguridad
Según la SEC's Disclosure Guidance on

Cybersecurity (CF Disclosure Guidance: Topic No. 2 Cybersecurity) cualquier ataque cibernético, incluyendo DDoS - causa principal del tiempo de inactividad de la banca en Internet- debe ser divulgado en documentos públicos. Esto incluye información sobre los riesgos materiales asociados con el incumplimiento específico de datos u otro incidente cibernético, así como la divulgación del impacto financiero y legal junto con los controles y procedimientos, a fin de evitar pérdidas futuras.

Como resultado, la seguridad y la disponibilidad de servicio son los dos factores más importantes para determinar las tasas de retención de clientes en la banca online. El tiempo de inactividad de servicio supone para estas entidades una amplia gama de consecuencias, incluyendo insatisfacción y deserción de clientes, daño de la marca, disminución de la capacidad para adquirir nuevos clientes, aumento de los costes de transformación, centros de llamadas sobre-



cargados y, en última instancia, Brechas de Información.

Las instituciones financieras, desde los mayores bancos y firmas de inversión a las cooperativas de crédito regionales son responsables de miles, incluso, de millones de registros personales y financieros de clientes. En este contexto, los proveedores de servicios financieros están obligados por normativa y por sus compromisos con clientes y socios a proteger a estos registros frente a accesos no autorizados, por lo que deberían tener en cuenta este hecho en sus evaluaciones de contingencias y programas de mitigación de riesgos.

PROTEGER, PROTEGER, PROTEGER... PERO NO DE CUALQUIER FORMA

Por su complejidad y crecimiento, los ataques DDoS organizados demuestran ser elevadamente enrevesados y de una planificación exhaustiva, lo que indica un profundo análisis de la red y de las infraestructuras de las víctimas, unido a una gran variedad de

Las instituciones financieras, desde los mayores bancos y firmas de inversión a las cooperativas de crédito regionales son responsables de miles, incluso, de millones de registros personales y financieros de cliente

técnicas de ataque combinadas (de tipo syn flood, low and slow, ataques reflexivos, etc.)

Esto provoca que, por sí mismas, las soluciones hasta ahora tradicionales de seguridad ya no sirvan para detenerlos, y que otras, específicas para atajar este tipo de ataques sean demasiado caras o insuficientes.

Frente a todo esto, las organizaciones necesitan soluciones de Primera Línea de Defensa que sí pueden ofrecer y asegurar esta protección y que, además, son capaces de eliminar todo el "ruido" en el perímetro antes de que llegue a la red, permitiendo a los cortafuegos y a los servidores funcionar de manera óptima y cumplir con las funciones para las que fueron diseñados originalmente. Corero DDS proporciona una

amplia gama de protección más allá de la mitigación de DDoS, garantizando la disponibilidad del portal en línea del banco, mientras reduce el número de medidas de mitigación basadas en la nube y los excesos asociados. La capacidad de analizar y hacer cumplir las políticas de seguridad contra el tráfico no confiable de IPs de alto riesgo que son conocidos creadores de phishing, geolocalizaciones de alto riesgo como China y Rumania, e intentos de exploración remotos que podrían llevar a inyecciones de malware y troyanos en la red bancaria, proporciona un alto valor añadido que claramente diferencia los productos de Corero de otros de nicho que únicamente ofrecen mitigación DDoS.

Ventajas de la virtualización de servicios

Marcos Regidor Gil, Senior Principal Consultant, Preventas de CA Technologies Iberia

Hoy en día tanto las personas como las organizaciones se relacionan por medio de múltiples canales en evolución continua como las redes sociales, las aplicaciones móviles o los sitios web, todo ello gracias al ritmo que el avance de la tecnología y las comunicaciones permiten.

Sin embargo, la arquitectura de los sistemas de información empresariales sobre la que se tienen que apoyar esos nuevos canales es tremendamente compleja, interconectada y depende de múltiples piezas, tanto internas como externas a la organización. Esto condiciona enormemente la capacidad que tienen las áreas de desarrollo y operación de sistemas de los departamentos de TI para responder a la demanda de su organización. A continuación se ilustran algunas de las consecuencias de esta realidad.

Según el estudio “Las ventajas empresariales de la virtualización de servicios” de CA Technologies una tercera parte de los proyectos de construcción de aplicaciones empresariales no cumplen los hitos de entrega, incluso cuando en la organización se están aplicando metodologías ágiles de

desarrollo. De hecho, se ha estimado que el tiempo medio en poner a disposición de los usuarios una aplicación -una vez que el equipo de desarrollo ha terminado de implementar su funcionalidad- es de varias semanas. Mover una aplicación a través de las etapas posteriores al puro desarrollo, como son las etapas de pruebas de integración, pruebas de sistema, de regresión, de aceptación, etc., hasta el paso a producción en algunos casos ha llevado más de tres meses.

Las etapas que verifican la calidad de la

desarrollo en producción de una aplicación de uso mayor para la actividad que lleva a cabo una organización. La tendencia que se está observando en la actualidad es que cada vez se detectan menos errores en las etapas de pruebas – por la dificultad de reproducir las situaciones reales - y más defectos cuando ya están en producción.

Pero si las metodologías ágiles mejoran la eficiencia al desarrollar ¿por qué se sigue tardando más tiempo del esperado en entregar una aplicación a sus usuarios? ¿por qué lleva tanto tiempo avanzar un

Pero si las metodologías ágiles mejoran la eficiencia al desarrollar ¿por qué se sigue tardando más tiempo del esperado en entregar una aplicación a sus usuarios?

aplicación llevan su tiempo, pero su función es primordial para que una aplicación cumpla su cometido adecuadamente. Es en estas etapas donde se evita que la aplicación falle en producción debido a algún defecto, dando lugar a una pérdida de servicio o merma en el mismo. Sin embargo, según el informe “The Crash Report” de la compañía CAST, al año se emplean una media de 2,8 millones de euros para resolver los defectos encontra-

desarrollo hasta producción? ¿por qué si a pesar de que se destinan tiempo y recursos a verificar la calidad de una aplicación el volumen de defectos encontrados es muy pequeño y poco significativo?

En definitiva, ¿es posible mejorar el proceso de construcción, prueba y entrega de aplicaciones o cambios en ellas de extremo a extremo? El objetivo de todos los que participan en ese proceso es el de poner la aplicación a disposición de los



usuarios lo antes posible, ya que, una aplicación, mejora o corrección en la misma no aporta valor hasta que está a disposición de sus usuarios. Por tanto, todos los participantes en el proceso – cualquiera que sea el área o departamento - deben orientarse a facilitar y agilizar la etapa siguiente, ya que el éxito del objetivo común solo se conseguirá cuando se haya completado todo el proceso.

Según el reciente estudio realizado por CA Technologies (TechInsights Report: What Smart Businesses Know About DevOps), adoptar la corriente de “DevOps” facilita y permite no sólo lograr ese objetivo sino también otros beneficios claramente cuantificables. En este estudio, “DevOps” se define como: “una metodología que combina los procesos separados y secuenciales de desarrollo y operaciones en un único proceso que permite crear, probar y desplegar una aplicación o servicio que responde a una necesidad de mercado”.

Los participantes en este estudio a nivel global han manifestado que los dos principales motivos que impulsan la necesidad de adoptar DevOps son en igualdad de importancia la presión del negocio por lanzar más rápidamente aplicaciones que satisfagan la demanda del mercado, y la necesidad de llevar a cabo despliegues de aplicaciones en las diferentes plataformas que soportan los múltiples canales de relación de la compañía con sus clientes.

Con respecto a los beneficios cuantificados, los profesionales entrevistados en España y Portugal, manifiestan haber mejorado el time-to-market en un 7%, la calidad en un 19% y haber incrementado la frecuencia de despliegue de aplicaciones y/o cambios en un 23%. Estos beneficios han contribuido a que se incrementen los clientes en un 13% y, por tanto, los ingresos se vean aumentados en un 25%. Todo ello sin incrementar e incluso reduciendo los costes operativos.

Con respecto a los elementos para adop-

tar DevOps, los participantes manifiestan que los ingredientes más importantes de la receta son tanto la adopción de metodologías de desarrollo ágiles y la implantación de mejores prácticas que facilitan la colaboración entre las áreas de desarrollo y operaciones, como la incorporación de herramientas técnicas que permitan automatizar procesos de TI como la Gestión de Despliegues, y herramientas que faciliten el desarrollo ágil, la reducción de costes de infraestructura y el incremento de la calidad por medio de la anticipación de las pruebas en el ciclo de vida de desarrollo a través de la Virtualización de Servicios.

En definitiva, los retos están ahí y son claros, pero lo que es aún más claro es que se pueden superar y obtener beneficios claramente cuantificables. Adicionalmente, es un hecho que contar con el apoyo de un socio con una visión y experiencia diferencial, como CA Technologies está demostrando, simplifica los retos y acelera la obtención de los beneficios.

Crisis, Tecnología y Seguridad

Alain Karioty,
Director Regional para Iberia
& LATAM de A10 Networks

Aunque es irrefutable que las Tecnologías de la Información ayudan a mejorar la eficiencia y productividad de una empresa mientras permiten reducir los costes asociados a los procesos de negocio, lo cierto es que la llegada de la crisis económica ha vapuleado estos parámetros.

El recorte de presupuestos y la descapitalización de los activos de las Tecnologías de la Información ha forzado a los departamentos de tecnología a optimizar aún más el valor que aportan las TI, conduciéndoles a 'migrar' muchas de las aplicaciones de negocio y sus datos a la "Nube", con el objetivo de reducir el coste de propiedad de las mismas, minimizar las inversiones en hardware, sus mantenimientos asociados, y la dedicación del personal de TI a labores más productivas para el negocio.

No obstante, el continuo y creciente aumento de la ciberdelincuencia y el ciberspionaje está teniendo una gran influencia no sólo en la seguridad de los datos de las empresas, sino también, en la propia crisis. Pero, ¿cómo es esto posible?

La respuesta es clara. Muchas de estas empresas que están transfiriendo sus aplicaciones y datos a la Nube están optando por modelos "híbridos", migrando parte de sus aplicaciones a "Nubes Públicas" (correo electrónico, colaboración, CRM, etc.) mientras man-



tienen otras más trascendentales para su negocio en “Nubes Privadas”. Este modelo, curiosamente, duplica los riesgos relativos a la seguridad, ya que además de apuntalar las propias medidas tradicionales de protección de las empresas, obliga a confiar en que las capacidades de salvaguardia de los llamados CSPs (Cloud Service Providers) estén a la altura.

Y es que el nacimiento de grupos y grupúsculos de cibercriminales, al amparo de la recesión económica, ha supuesto un crecimiento de la actividad delictiva pero también de los métodos de ataques, que se han vuelto cada vez más sofisticados. Las amenazas basadas en la ingeniería social siguen las propensiones y tendencias relacionadas con la crisis financiera, y deshacer los daños causados por estos delincuentes, es una tarea cada día más costosa.

LA CRISIS ECONÓMICA, UN TERRENO ABONADO PARA LOS CIBERDELINCUENTES

Métodos de ataque como los denominados DDoS o ataques a aplicaciones

Web como inyección SQL o también a los frecuentemente olvidados sistemas DNS pueden provocar que las redes y sistemas de las empresas se detengan, que dejen de dar servicio; con las consiguientes pérdidas económicas sobre las ya maltruchas arcas de muchas empresas.

No obstante, este panorama puede ser incluso peor; sí el objetivo de los cibercriminales es el propio ISP, y este deja de dar servicio a las aplicaciones de negocio de cientos o miles de clientes. Por ello, estos proveedores no sólo han de contar con una infraestructura que permita proporcionar el mejor rendimiento de las aplicaciones que alojan, con tecnologías de aceleración y optimización efectivas, así como balanceo global integrando nube privada y pública sino que también deben incorporar soluciones de seguridad informática íntimamente ligadas a la protección de las aplicaciones y sus datos, y que en definitiva, garanticen su disponibilidad.

La falta de disponibilidad, que supone la parada total de los procesos de negocio asociados, se salda con pérdidas todavía

más cuantiosas que en el caso de un bajo rendimiento. En este sentido, y a pesar de que casi todas las empresas cuentan con buenos planes e infraestructuras de continuidad de negocio, así como con soluciones de balanceo de carga, aceleración y optimización de redes y aplicaciones; a veces olvidan asociar estas últimas a tecnologías de seguridad informática proyectadas para evitar paradas de los servicios a causa de ataques diseñados a tal fin.

Por tanto, refrendar la disponibilidad y el rendimiento más idóneo de las aplicaciones, con la mejor Tecnología de la Información y de Seguridad de la Información posible, es el mensaje clave. La falta de seguridad puede perjudicar al rendimiento de las aplicaciones, haciendo menos eficientes los procesos de negocio, y, posteriormente, mermar la cuenta de resultados de las empresas. Es recomendable invertir en tecnología teniendo muy en cuenta el OPEX y el CAPEX para futuros años, y contar con criterios como la escalabilidad tanto en lo que atañe a rendimiento como para futuras funcionalidades.





El SERGAS amplía su plataforma electrónica con Compusof

El Servicio de Salud de Galicia aumenta su base instalada de servidores para mejorar el rendimiento informático en la asistencia a los pacientes

Compusof, compañía española pionera y líder del sector de las TIC, acaba de conseguir recientemente la consecución del concurso público para la ampliación de la base instalada de servidores y mejorar las plataformas de historial clínico y receta electrónica del Servicio de Salud de Galicia (SERGAS), siempre para beneficio de los ciudadanos.

Compusof ganó el concurso el pasado verano, lanzado a través de la entidad pública Red.es, para proceder a la implementación de servidores HP Blade 465c Gen 8 y chasis Blade C7000 también de Hewlett-Packard, que ya ha sido concluido.

“Esta adjudicación pone nuevamente en relieve el valor de la experiencia de

Compusof en proporcionar la más avanzada tecnología a la Sanidad Pública Española; en esta ocasión, gracias a la incorporación de nuevos servidores más actuales, de mayor rendimiento y ágiles, en el Servicio de Salud de Galicia”, señala Moisés Camarero, Director general del Grupo Compusof. La compañía lleva más de 30 años implementando tecnología punta en la administración pública para satisfacer las necesidades de los ciudadanos y generar una gestión más eficaz.

LAS NECESIDADES

La ampliación de la base instalada de servidores venía asociada al crecimiento del número de usuarios del servicio, al volumen de información almacenada en los sis-


temas y al alto grado de implantación de la historia clínica y las recetas electrónicas. Es por ello que el SERGAS requería extender la plataforma de servidores que sostienen estos servicios para mejorar su disponibilidad y capacidad de crecimiento.

Tanto los servidores HP como los chasis estarán ubicados en el CPD del Centro de Servicios Tecnológicos y en el CPD de la Ciudad de la Cultura. El contrato tuvo por objeto el permitir la agrupación de servidores dentro de los clusters actualmente existentes y disponer de una plataforma más amplia. Este nuevo equipamiento, de arquitectura x86 de gran volumen, contará con un soporte y mantenimiento de 24 horas los 7 días de la semana, también proporcionado por Compusof.

Suscríbete a **BYTE TI** por sólo **35 €**

byte 

La revista dedicada al mundo de la informática profesional por excelencia, incluye tanto noticias como novedades en hardware, software y servicios. Uno de los aspectos más destacables es el análisis de productos, así como las comparativas que examinan diversos dispositivos de la misma categoría para ofrecer un detallado informe de sus cualidades y ofrecer una recomendación acerca de la mejor opción entre ellos.

 -----
 Deseo suscribirme a la Revista Byte TI por 35€ al año (11 números)

(*) EMPRESA: _____ (*) CIF: _____

(*) NOMBRE: _____ (*) APELLIDOS: _____

_____ (*) CARGO: _____

(*) DIRECCIÓN: _____ (*) C.P. _____

(*) POBLACIÓN: _____ (*) PROVINCIA: _____

(*) E-MAIL: _____ (*) TLF: _____ FAX: _____

FORMA DE PAGO:

Talón bancario al recibo de factura

Transferencia bancaria
Publicaciones Informáticas MKM: 2085-9727-18-0330043185

Domiciliación Bancaria:

Titular de la cuenta: _____



Publicaciones Informáticas MKM, S.L.
Avda. Generalísimo, 14, 2ºB
28660 · Boadilla del Monte · Madrid

Tlf.: (+34) 91 632 38 27
Fax: (+34) 91 633 25 64
e-mail: suscripciones@mkm-pi.com

Si el mes pasado les hablaba de juegos de estrategia como excusa para los Proyectos de Final de Carrera de mi Facultad (FIB-UPC), ahora debo hablarles de cómo algo que empezó como un juego (y nunca mejor dicho...) se ha convertido ya en uno de los mayores negocios nacidos al amparo de las tecnologías de la información.

Según datos de un estudio de PricewaterhouseCoopers de finales de 2011, el negocio global de los videojuegos alcanzaba ya entonces los 56 miles de millones de dólares con un crecimiento esperado anual del 9% (excepto en China, donde las cifras de crecimiento esperado se situaban ya en el 20% anual). Esa cifra era el doble de lo que se

perder.

Existen los juegos clásicos, verdaderas aventuras "a medida" que, al igual que el cinematógrafo, precisan de un gran equipo de diseño y producción. Ha habido muchos de esos juegos a lo largo de los más de cuarenta años de videojuegos y hoy en día es prueba de su éxito el que haya incluso anuncios de televisión para promocionarlos. Así ocurre, por ejemplo, con la sexta entrega de la serie "Assassin's Creed" que apareció en el año 2007 y que, hasta marzo de 2013, había vendido ya más de 55 millones de copias. La que ahora se está lanzando es la denominada "Assassin's Creed IV Black Flag" e introduce la serie en el mundo de las aventuras de piratas. Junto a los seis

(puzzle video games), se caracterizan por ser sumamente simples (sólo así son posibles los millones y millones de usuarios) y muy adictivos. En realidad, son los verdaderos responsables de que la edad media de los jugadores de videojuegos se sitúe ya en la franja entre 25 y 40 años. También se considera que estos "puzzle video games" han ayudado a equiparar el número de varones y mujeres que juegan a videojuegos.

El más de moda en la actualidad, aparecido en 2012 (el 12 de abril en Facebook y el 14 de noviembre para smartphones) es la Candy Crush Saga, en la que se pide alinear varios caramelos de diversos tipos para ir sumando puntos y cumpliendo los objetivos de cada nivel.



ASESINOS Y CAMELOS

Por Miquel Barceló

obtenía por la música grabada, casi una cuarta parte mayor que el negocio de la publicación de revistas y unas tres quintas partes del negocio de Hollywood.

Las expectativas eran alcanzar los 82 mil millones en 2015, expectativas que se han quedado ya cortas: a finales de 2013 se ha llegado ya a una cifra de negocio total de 76 mil millones de dólares y se mantiene el 9% de crecimiento anual esperado.

El informe de PricewaterhouseCoopers de finales de 2011 ofrecía otros datos que hacen pensar: en EEUU, la edad media de los jugadores era de 37 años y, entre ellos, había un 58% de varones por un 42% de mujeres. Una visión que rompía algunos de los más clásicos esquemas sobre el juego informatizado: los jugadores no eran sólo varones y muy jóvenes como, hasta entonces, se tenía tendencia a pensar. Parece ser que los videojuegos han devuelto a los adultos el espíritu lúdico que nunca debieron

juegos, se han creado a su amparo, hasta hoy, cinco spin-offs, cinco películas, siete novelas y cuatro cómics. Ahí es nada.

Pero la verdadera revolución nació hace poco con una serie de juegos muy simples y terriblemente adictivos que

Candy Crush Saga tiene ya más de 45 millones de usuarios que, además, están monitorizados por la empresa creadora, King, para conocer cuáles son los niveles y aspectos en los que poder obtener más dinero

permiten ser jugados desde teléfonos inteligentes (smartphones). Posiblemente "Angry Birds" fue el más famoso entre los primeros de ellos. Se trata de una serie de juegos creada por la empresa finlandesa Rovio Entertainment. Apareció en el año 2009 y se ha convertido en un clásico indiscutible.

Este tipo de juegos, a los que se les suele llamar "juegos rompecabezas"

Lo más sorprendente es el tipo de "monetización" del juego. Aunque su descarga es gratuita, el juego ofrece trucos para superar ciertos niveles más o menos difíciles, disponer de más vidas y otras opciones, casi siempre por el módico

precio de 0,89 (dólares o euros, dependiendo de donde se encuentre el jugador, aunque todos sepamos que sus valores NO son equivalentes). Candy Crush Saga tiene ya más de 45 millones de usuarios que, además, están monitorizados por la empresa creadora, King, para conocer cuáles son los niveles y aspectos en los que poder obtener más dinero... Cosas veredes amigo Sancho.



a3ERP

Solución integral de
gestión para PYMES

La visión 360° que hace tu empresa más competitiva

a3ERP te ofrece la visión global de todas las áreas de tu empresa de una forma ágil y sencilla, facilitando la toma de decisiones, **aumentando la productividad** y contribuyendo así a **hacer tu empresa más competitiva**.

a3ERP, la Solución integral de gestión que se adapta a las necesidades reales de tu empresa.

INFÓRMATE AHORA Y DESCUBRE CÓMO SER MÁS COMPETITIVO CON a3ERP.

 Wolters Kluwer | A3 Software

902 330 083
www.a3software.com



Wolters Kluwer. When you have to be right