

byte



ANÁLISIS

- HP ZBook 14
- ArrowSphere

La nube sigue en auge

- Nuevas tendencias
- La seguridad, principal reto
- Hacia la nube móvil

Premios BYTE TI 2014



Javier López Sáez



SAMSUNG

Samsung KNOX

La solución de seguridad
que blindada los dispositivos Android de empresa



Compatible con Samsung GALAXY S4
Samsung GALAXY Note 3
Samsung GALAXY Note 10.1



Samsung KNOX es la plataforma que **garantiza una seguridad de alto nivel** en la gestión de dispositivos móviles profesionales. Consulta disponibilidad en www.samsungknox.com

Mientras escribía estas líneas, me llega la comunicación de la muerte de Pat McGovern, fundador y dueño de IDG Communications. Tuve la suerte de conocerle, de trabajar para él y de representar a una empresa modelo. Personalmente, me dejó una huella imborrable y una admiración sin igual. Lo tenía todo en un empresario: un auténtico visionario, conocimiento del entorno, humildad, prudencia, determinación, generosidad y cercanía con sus empleados. Un ejemplo.



Premios Byte TI

El mes de abril para Byte TI es el mes de los Premios que llevan el nombre de la revista. Es el momento que elegimos en la redacción para intentar acertar en la elección de los mejores directivos y los productos más destacados del año. En esta ocasión, el galardón principal, el de Personalidad del Año, hemos decidido otorgárselo a José Manuel Petisco, máximo directivo de la filial española de Cisco. Destaco en primer lugar su “defecto” más relevante: el exceso de dedicación a la compañía. Seguramente este premio lo ha conseguido por ello, por dedicarle demasiadas horas a su empresa. A título personal, opino que no hay que dar más de lo que te puedan dar; tampoco menos: un exceso de generosidad al final puede acabar en frustración y tengo un montón de amigos en estas lides que lo pueden corroborar. Dicho lo cual, el mérito de Petisco no solo está en esa contradicción, sino en su gran labor al frente de Cisco. Su profesionalidad, madurez, su conocimiento del mercado y el saber llevar a un equipo con motivación y personalidad.

El premio a la mejor labor en Marketing ha recaído en Susana Gilabert, responsable de ese trabajo en Econocom. No es una persona excesivamente conocida en nuestro sector, pero nosotros hemos seguido su trayectoria en los últimos años y, a pesar de su juventud, ha logrado, con la ayuda valiosa de su director general, posicionar a esta empresa como una de las líderes en su segmento.

El Mejor director de Comunicación vuelve a ser José Luis Arranz por su dedicación en esta área en Samsung. Es la primera vez que repetimos un premio con la misma persona. Era merecido porque la multinacional coreana se ha beneficiado de un gran fichaje. José Luis es la persona ideal para comandar el complicado rumbo de la comunicación externa de una gran empresa como ésta. Son demasiadas las variables a conjugar y es muy fácil equivocarse: cosa que no hace habitualmente nuestro premiado. Mesura, dedicación, eficacia y saber estar y escuchar son sus principales virtudes.

Añadimos este año a nuestra lista de laureados al CIO del BBVA, Hugo Nájera. Estrenamos categoría y reconocemos la gran labor que ha hecho en los últimos tiempos este destacado directivo. Sin estos profesionales sería del todo imposible el funcionamiento de cualquier empresa. Si, además, se hace con eficacia, dominio y conocimiento de las herramientas que te proporciona el mercado y apoyo en un excelente plantel de profesionales, se llega al cóctel del éxito.

¡Felicidades a los cuatro!, como al resto de empresas cuyos productos hemos querido premiar este año, a sabiendas de que alguno con igual mérito habremos dejado injustamente en el camino.

Juan Manuel Sáez. **Director**

Sumario

A B R I L 2 0 1 4

EN PORTADA

La nube, un
"trending topic"
al alza

36

N.º 215 • 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.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. Adolfo Suárez, 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.

ABRIL de 2014
Printed in Spain



EDITA

Publicaciones Informáticas MKM



8

NOVEDADES



48

COMPARATIVA



TENDENCIAS

00



4 CARTA DEL DIRECTOR

8 RECOMENDAMOS

12 NOVEDADES

22 PREMIOS BYTE TI

26 ENCUENTROS TECNOLÓGICOS

30 ANÁLISIS

34 ENTREVISTA

36 EN PORTADA
Cloud Computing

48 COMPARATIVA
Smartphones

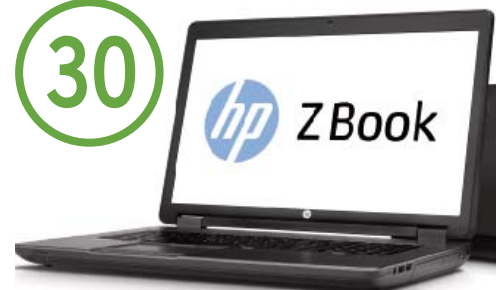
60 TENDENCIAS

66 TEMPORAL

Análisis

HP ZBook 14

30



TP-Link M5360: Batería y módem todo en uno

El M5360 de TP-LINK es la combinación perfecta de 3G Wi-Fi Hotspot y batería portátil. Equipado con un módem 3G, al instante establece su propio punto de acceso Wi-Fi con sólo insertar una tarjeta SIM 3G. Con hasta 21.6Mbps de descarga y velocidades de carga de 5.76Mbps, el M5360 es capaz de proporcionar la distribución inalámbrica de conexiones 3G para hasta 10 usuarios simultáneamente. Su diseño de bolsillo y potente batería interna de 5200mAh lo convierten en un compañero de viaje ideal, lo que permite a los usuarios trabajar o jugar duran-

te horas a la vez que se cargan los teléfonos inteligentes o tabletas. Con su pantalla OLED, los usuarios pueden tener una visión mucho más intuitiva del estado de funcionamiento del dispositivo tales como las estadísticas de tráfico, estado de la conexión Wi-Fi, número de usuarios, tipo de red (2G/3G), fuerza de la señal, estado de la conexión a Internet, mensajes y medidor de la batería. El producto combina la movilidad de las conexiones de banda ancha 3G con la flexibilidad del Wi-Fi 802.11n, sin necesidad de un módem 3G externo. Simplemente inserte una tarjeta



SIM 3G para crear una red 3G inalámbrica para compartir allí donde la cobertura 3G esté disponible.

SOPORTE HSPA+

Soporta conexiones de banda ancha 3G HSPA+ de hasta 21.6Mbps de descarga y velocidades de carga de 5.76Mbps.

El M5360 es capaz de desplegar una conexión inalámbrica 3G para compartir con hasta 10 usuarios a la vez, proporcionando una fluida y agradable experiencia de navegación por Internet. La velocidad real puede estar limitada por las compañías o las condiciones de operación.

Nuevas tabletas profesionales de Samsung

Samsung entra de lleno en un mercado nuevo, el de las tabletas profesionales que quieren sustituir al PC y al portátil, y lo hace con una apuesta clara: mejor con Android que Windows. De esta manera, anuncia las Samsung Galaxy NotePRO y TabPRO, con un tamaño de hasta 12,2 pulgadas, NotePRO y TabPRO, que reinventan las posibilidades que ofrecen las tabletas, tanto a los usuarios finales como al sector profesional. TabPRO está disponible también en formatos de 10,1 y 8,4 pulgadas. Las nuevas series Samsung Galaxy NotePRO y TabPRO incluyen la primera pantalla panorámica WQXGA Widescreen (16:10



de 12,2", que proporcionan una resolución nítida (2560x1600) con 4 millones de píxeles, ofreciendo una plataforma ideal para la creación y consumo de todo tipo de contenido audiovisual. Gracias a su gran tamaño, la pantalla permi-

te a los usuarios disfrutar de una reproducción excepcional de vídeo en formato Full HD y disponer de más información con un simple vistazo. Además de ofrecer una pantalla líder en el sector, estos dispositivos han sido diseñados con un marco

ligero y estilizado que los convierte en dispositivos Premium muy portátiles.

Content Home, una característica personalizada y especialmente optimizada para contenidos en pantallas grandes, ofrece al usuario una experiencia Tablet a medida de sus necesidades como alternativa a la que ofrece Android como determinada. Content Home UX permite organizar los contenidos favoritos del usuario en un panel fácil de usar con feeds automáticos y actualizaciones de noticias. Al utilizar un tamaño de pantalla que recuerda a las revistas en papel, el contenido de magazines o e-books es más cómodo de leer.

Fujitsu Primequest 2000

Fujitsu ha anunciado su nueva line-up de servidores de gama alta FUJITSU Primequest 2000, desarrollados con procesadores con arquitectura x86, con los que ofrece un rendimiento sin precedentes y gran expansión de memoria. La introducción de esta funcionalidad de misión crítica, garantiza la continuidad del negocio, con niveles de disponibilidad equivalentes a los de los sistemas UNIX, pero con las ventajas de una arquitectura basada en x86. Incorpora la potencia de la nueva tecnología Intel Xeon E7 V2 que ofrece un rendimiento dos veces superior y un ancho de banda de E/S cuatro veces superior frente a los procesadores de la anterior generación³, así como una fiabilidad, disponibilidad y facilidad de mantenimiento (RAS) líder en el sector. La nueva serie Primequest 2000 es la primera tecnología de servidor basada en x86, capaz de igualar los sistemas UNIX, para sus capacidades RAS de Big Data, a la vez que proporciona al mercado un precio razonable de adquisición. La nueva serie establece nuevos niveles de rendimiento que no existe en ninguna otra solución basada en x86. Su sólida base de infraestructura del centro de datos es perfecta para aquellas organizaciones que centran la transformación de sus TIC en sus soluciones de negocio inteligente, mediante la



adopción de aplicaciones que utilizan tecnología in-memory. Con la introducción de la serie Primequest 2000 se consigue por primera vez igualar el rendimiento y la capacidad de recuperación de un sistema UNIX, mientras que se gana en la relación precio-rendimiento. Como resultado, Fujitsu presenta a las empresas un camino alternativo para los despliegues de computación de misión crítica, donde el tiempo de inactividad no planificado no es una opción. Complementando este lanzamiento, Fujitsu también ofrecerá a los clientes servicios profesionales llave en mano.

KYOprint: control del gasto de impresión

KYOCERA Document Solutions acaba de anunciar el lanzamiento de KYOprint, un nuevo servicio integral enfocado en la PYME y que pretende, mediante un modelo de coste por página, que las pequeñas y medianas empresas tengan controlados sus gastos de impresión además de suponer un seguro a todo riesgo para sus dispositivos. Se trata por tanto de un servicio integral que permitirá a sus clientes disponer de un precio fijo

por página impresa que incluye todo: la instalación de los equipos y la formación para su uso, una línea de soporte telefónico exclusivo, los consumibles necesarios durante el contrato, mantenimiento preventivo y todas las visitas in situ precisas para garantizar el perfecto funcionamiento de los dispositivos. KYOprint es un servicio transparente que permite al cliente eliminar los costes ocultos, como por ejemplo el tóner almacenado

que tienen muchas empresas, ya que el cliente lo recibe de antemano gracias a un exclusivo sistema de mantenimiento preventivo por alertas, que también está incluido en el coste por copia. Además, en el caso de que la empresa imprima ocasionalmente gráficos o imágenes que requieren mayor gasto de tóner, esto no repercutirá en la factura, ya que con KYOprint se paga lo mismo por cada página impresa, ya sea texto o imagen.

HP OPENNFV

Desconocido todavía para muchos, NFV (Virtualización de funciones de Red) va a convertirse en los próximos meses en el nuevo campo de batalla de las principales empresas de tecnología. Dos de los principales actores Dell, de la mano de Red Hat y HP, en solitario, presentaron en el reciente Mobile World Congress de Barcelona sus propuestas en este sentido.

Y en un acto celebrado en Madrid, la multinacional ha desarrollado más en qué consiste su propuesta denominada OpenNFV. Según se puso de manifiesto en la rueda de prensa, el problema de las operadoras es que actualmente son incapaces de ofrecer los últimos avances a sus usuarios, convertidos en servicios, debido a que llevan meses en poderse poner en práctica. La reducción de estos tiempos a días, e incluso horas, es la principal ventaja que aporta NFV.

De las propuestas que actualmente hay en el mercado, fundamentalmente las dos reseñadas, es la de HP la que es más ambiciosa y posiblemente, la que le hará liderar este mercado por cuanto que es la única que conjuga en una sola oferta hardware, software, servicios y desarrollo de aplicaciones, con la ventaja de que el cliente no tiene por qué escoger todo el portfolio de producto de la multinacional americana en todas las áreas. se trata de una opción abierta y basada en estándares, por lo que el cliente podrá escoger por ejemplo, los servidores de otra compañía y el software de HP.

La apuesta de Samsung pasa por la impresión móvil

En Samsung lo tienen claro: los usuarios utilizan intensivamente sus dispositivos móviles pero no imprimen a través de ellos. Para solucionar este problema en la compañía ha presentado en el marco de CeBIT 2014 la que será una de las aplicaciones estrella de su división de impresión: Samsung Cloud Print. **Manuel Navarro Ruiz. Hannover (Alemania)**

Desde Samsung y apoyándose en un informe realizado por IDC se tiene claro que si los usuarios no imprimen a través de su smartphone o tableta no es porque no quieren sino que mayoritariamente no lo hacen porque no saben la forma de hacerlo. Concretamente y según ese informe, casi seis de cada diez desconocen cómo imprimir a través de esos dispositivos y siempre tienen que recurrir al PC.

La estrategia de la multinacional coreana pasa por "Document of Tomorrow", que muestra la visión a largo plazo que tiene la compañía en el mercado de la impresión basándose principalmente en la innovación. Esta solución se integra a través de la aplicación Samsung Cloud Print pudiéndose utilizar en la nueva gama de impresoras NFC, que destacan por su facilidad de uso y mejora en la seguridad. En este último punto, Samsung Cloud Print es compatible con KNOX, el sistema de seguridad móvil desarrollado por Samsung que protege los contenidos y los hace más seguros gracias a la encriptación de los datos. La aplicación Samsung Cloud Print, también facilita la impresión desde la nube. Los usuarios además pueden compartir un documento simplemente utilizando los números de teléfono guardados en sus smartphones. Gracias a la tecnología NFC, los usuarios pueden decidir a través de qué impresora imprimir y conectar sus smartp-



hones a un máximo de 20 equipos con un simple acercamiento del dispositivo.

La aplicación Samsung Cloud Print estará disponible para ser descargada de manera gratuita en dispositivos Android a través de "Google Play" y "Samsung Apps" en junio de 2014. La versión para iOS se lanzará en la segunda mitad del 2014. La aplicación es compatible con las nuevas series de impresoras láser color Xpress M2885, la cual será lanzada en abril del 2014.

LA COMPETENCIA

Aplicaciones similares forman parte de los catálogos de la competencia de la

surcoreana desde hace algún tiempo. Preguntados los máximos responsables de la división de impresión por la diferencias con respecto a esas otras soluciones la respuesta fue contundente: "la nuestra es más segura". Y es que, según sus directivos es esta seguridad lo que ha hecho que la aplicación salga con más retraso, aparte de poder utilizar las bondades que ofrece cloud, algo que no ofrecen otras soluciones.

Y es que es en la nube donde Samsung pone todas sus fichas para los próximos años. Así y según se puso de manifiesto en una rueda de prensa a la que asistió BYTE TI, durante el próxi-

mo año, la división de impresión ofrecerá nuevas soluciones móviles llamadas Display Copy, que hará posible compartir documentos a lo largo de una amplia gama de dispositivos Samsung – desde smartphones y tabletas a TV. El objetivo de Samsung es poder ofrecer una experiencia de empresa sin fisuras a través de su ecosistema de productos. Para 2016, Samsung desarrollará nuevas soluciones móviles en la nube para clientes y empresas. Samsung Cloud Platform permitirá a los consumidores obtener soluciones de impresión y una amplia variedad de servicios para empresas desde la nube. Los distribuidores también se podrán beneficiar ya que podrán ofrecer sus soluciones de negocio a través de Samsung Cloud Platform, facilitando mayores ventas de sus servicios a sus consumidores. “La impresora será algo más que una simple herramienta de hardware que imprime documentos. Se convertirá en una solución esencial para compañías” aseguró Dr. Kiho Kim, Vicepresidente Ejecutivo y Director de la división de Soluciones de Impresión de Samsung. “Queremos crecer junto a nuestros clientes y junto al canal de distribución de la mano de Samsung Cloud Print e impulsado por nuestra estrategia de empresa a medio y largo plazo”.

EQUIPOS

En lo que se refiere a equipos, la compañía ha presentado su nueva línea de productos de impresión con NFC: la serie de impresoras láser a color Xpress C1860 y la serie de impresoras mono-láser Xpress M2885. Estas impresoras están dirigidas a oficinas y a pymes que requieren de un alto nivel de impresión y que buscan la compatibilidad con otros dispositivos. Ambas series de impresoras son compatibles con Samsung Cloud Print, y estarán disponibles este año

en Europa y Estados Unidos.

La serie Xpress C1860 combina impresoras de color láser C1810W e impresoras multifunción (MFPs) C1860FW, que ofrecen servicios de impresión, copia, escaneo y fax. La serie M2885 consta de la impresora mono-láser M2835DW y la MFP M2885FW y también ofrece opciones de impresión, copia, escaneo y fax. Estas impresoras permiten una experiencia rápida de impresión móvil para los usuarios de PYMEs, con una extraordinaria velocidad de impresión: 28 páginas por minuto (en tamaño A4) en las impresoras mono-láser y 18 páginas (en tamaño A4) en impresoras láser a color.

El equipo tiene una CPU dual (533MHz en el procesador principal y 150MHz en el procesador secundario) y una memoria de 256MB (escalable a 512MB), mientras que la Xpress M2885 tiene un procesador de 600MHz y una memoria de 128MB. Según pusieron de manifiesto los responsables de la compañía la serie Xpress M2885/C1860 proporciona una calidad de impresión profesional con textos nítidos e imágenes claras a través de una tecnología de imagen mejorada y exclusiva de Samsung y gracias a su Rendering Engine of Clean Page (ReCP). Además la serie Xpress C1860 produce colores vivos y brillantes debido al uso de un tóner polimerizado, que comprende un mayor número de partículas aún más finas.

IMPRESIÓN FÁCIL

Samsung ha añadido la función ‘Easy Print Management’ a sus dispositivos móviles, dejando de estar disponible en exclusiva para ordenadores. Gracias a la función NFC y a la aplicación Samsung Mobile Print, los usuarios de PYMEs pueden monitorizar fácilmente la información, y el manejo de sus dispositivos.



SOBRESALIENTE

CISCO

Cisco celebra junto a sus partners el quinto aniversario de UCS ostentando la segunda posición mundial en servidores blade x86 en términos de ingresos, y situándose como uno de los cinco primeros proveedores en el mercado total de servidores.

T&G

La multinacional española de soluciones de software de gestión, T&G (Think & Grow), prevé crecer al menos un 12% en volumen de facturación en el ejercicio 2014, hasta alcanzar una facturación consolidada de 9,2 millones de euros. En 2013, T&G obtuvo una facturación de 8,3 millones y con el crecimiento previsto, la empresa superaría en cinco puntos el estimado para el mercado global de software empresarial, que según pronostica la consultora Gartner será del 6,8%.



MUY DEFICIENTE

ADSL

La banda ancha y la telefonía se han convertido en los últimos años en un elemento indispensable y un gasto fijo en buena parte de los hogares y empresas españolas. Sin embargo, este fenómeno ha ido acompañado de una gran confusión a la hora de saber la cantidad final que hay que pagar por los servicios de telefonía e internet. Según un estudio realizado por Comparaiso.es con motivo del Día Internacional del Consumidor, el 66% de los españoles no es capaz de entender el precio real de las ofertas.

COMERCIO MÓVIL

A pesar de que un 56% de los usuarios de teléfonos móviles ya usan sus terminales para realizar compras pagar en tiendas online, en tiendas físicas, comprar entradas de espectáculos, realizar transferencias, todavía hay un gran porcentaje reticente a hacerlo

Sony presume de anunciar la Tablet más delgada del mundo

Sony ha presentado la que dice ser un nuevo estándar de innovación en tablets con Xperia Tablet Z2- “la tablet más delgada y ligera del mundo”, resistente al agua y combinada, además, con la mejor experiencia de entretenimiento de Sony.

Xperia Tablet Z2 incorpora la primera pantalla Live Color LED en una tablet, ofreciendo colores naturales y vívidos e imágenes perfectamente nítidas en todo tipo de circunstancias lumínicas gracias a la última tecnología de Sony BRAVIA TV. La pantalla Full HD TRILUMINOS para móvil, de 10.1” se une a la nueva tecnología de Sony Live Colour LED. Añade la tecnología X-Reality de Sony para móvil, que analiza cada imagen para obtener el color, nitidez y contraste óptimos, mientras que su súper resolución reproduce los píxeles que faltan para conseguir siempre la mejor experiencia visual.

Xperia Tablet Z2 ofrece sonido con tecnología de audio de Sony Front Surround, que permite disfrutar de sonido dinámico. Y ahora con tecnología digital noise-cancelling, integrada por primera vez en una tablet, reduciendo el ruido ambiente hasta un 98% cuando se hace uso de los auriculares MDR-NC31EM Noise Cancelling.

LA TABLET MÁS LIGERA

“Con Xperia Tablet Z2, Sony ha desarrollado una tablet elegante y fácilmente manejable. Haciendo uso de materiales Premium, cada pequeño detalle ha sido cuidadosamente diseñado para crear la tablet resistente al agua más delgada (solo 6.4 mm) y ligera (solo 426 g. para el modelo Wi-

Fi y 439 g para el modelo LTE/3G) del planeta, haciéndola extremadamente manejable y cómoda de llevar, incluso con una sola mano. El aclamado diseño Omnibalance de Sony crea una elegante forma, combinando equilibrio y simetría en todas las direcciones para un manejo fácil y un aspecto sofisticado desde todos los ángulos. Y tal y como cabe esperar de Sony, es también resistente al agua, por lo que la puedes usar donde sea y en cualquier momento”.

La aplicación “What’s New” ayuda a descubrir novedades cinematográficas y películas recomendadas, juegos y aplicaciones para divertirte con tu Xperia Tablet Z2, todas accesibles desde un ‘widget’ informativo e interactivo que se encuentra en la pantalla principal.

- Las aplicaciones “WALKMAN®” y Mòviles dan acceso a más de 25 millones de canciones a través de Music Unlimited5 y 10.000 películas y series de TV a través de Video Unlimited5 de Sony Entertainment Network.

- La aplicación Album con PlayMemories Online6 permite subir, compartir y disfrutar de todas las fotografías y videos dispositivos Sony.

- Contenidos de entretenimiento exclusivos: se puede conseguir 6 éxitos de taquilla de Sony Pictures (entre los que se encuentra Capitán Phillips) y 30 días de prueba del servicio de Music Unlimited y una amplia gama de juegos PlayStation.

La más potente
Xperia Tablet Z2 integra el procesador Qualcomm® Snapdragon™ 801 con 2.3 GHz, CPU de cuatro núcleos,.

HP hace realidad BYOD

HP ha anunciado HP Access Catalog, un catálogo de contenido móvil bajo demanda que permite a los empleados descargarse de forma instantánea aplicaciones y contenido digital a través de dispositivos móviles y de escritorio, transformando el modo en el que las empresas ofrecen servicios a la plantilla en movimiento.

La tendencia a la consumerización ha marcado de forma notable a las compañías. Los empleados esperan poder acceder a los contenidos desde el dispositivo de su elección, que las aplicaciones empresariales les permitan trabajar de forma intuitiva y que su experiencia no tenga fisuras. Las organizaciones de TI, a su vez, se están enfrentando a una mayor presión para ofrecer una experiencia de mercado que facilite a los empleados encontrar e instalar aplicaciones y contenido que impulsen la productividad de la plantilla, al mismo tiempo que se mantiene la seguridad empresarial y se controlan los gastos.

El nuevo HP Access Catalog ofrece a las organizaciones una tienda de aplicaciones privada y segura para que los empleados exploren, busquen y descarguen aplicaciones móviles y contenidos digitales en sus propios dispositivos, incluyendo móviles y tabletas, así como ordenadores de sobremesa. El catálogo es compatible con las plataformas Android y iOS, que comprendieron cerca del 94% de la cuota de mercado de dispositivos móviles en el tercer trimestre de 2013. (1)

Distribuido a través de clientes móviles nativos y de una interfaz web, el HP Access Catalog es una oferta de software como servicio (SaaS), que ayuda a las organizaciones a reducir el coste y la complejidad de gestionar aplicaciones en dispositivos móviles proporcionados por la compañía o en los personales.

Con HP Access Catalog, las organizaciones pueden:

- Incrementar la productividad de la plantilla desde cualquier lugar, en cualquier momento, mediante la simplificación de la distribución y gestión de las aplicaciones móviles y del contenido, tanto público como privado, a los empleados, independientemente del dispositivo que utilicen.
- Mejorar la eficiencia en el entorno móvil con una experiencia de autoservicio intuitiva, que facilita a los empleados encontrar la aplicación adecuada en función su cargo.

1&1 DOMINIOS

0,99

/€*

Tu dominio

.es



.com



✓ **Incluye todo lo que necesitas** como transferencia gratuita de dominios, gestión de datos de contacto y creación de subdominios

✓ **Soporte profesional**
24/7 por teléfono y por e-mail

1&1



DOMINIOS | CORREO | HOSTING | TIENDAS ONLINE | SERVIDORES

☎ 902 585 111

1and1.es

* Dominios .es y .com por solo 0,99€ durante un año, en lugar de 9,99€/año. Después se aplicarán las tarifas anunciadas en nuestra web. Los precios mostrados no incluyen IVA. Consulta nuestras Condiciones Particulares en www.1and1.es.

CeBIT incrementa sus visitantes extranjeros

CeBIT 2014 cerró sus puertas el pasado viernes con un balance positivo por parte de los expositores, los representantes del sector y la organizadora. “El rearranque de CeBIT ha sido todo un éxito. La concentración en el negocio ha funcionado”, manifestó en Hannover Oliver Frese, miembro de la junta directiva de Deutsche Messe AG. “Tanto los expositores como nosotros como empresa organizadora hemos logrado nuestro objetivo. La nueva CeBIT es la plataforma más destacada para innovaciones y negocios en el sector TI a nivel mundial”. En CeBIT se han iniciado este año inversiones concretas en proyectos TI por un valor de 25.000 millones de euros, una cifra nunca alcanzada hasta ahora. Gran Bretaña, el País Asociado de este año, se ha presentado como nación TI fascinante y con un gran potencial innovador.

Por primera vez, Deutsche Messe ha organizado CeBIT con el foco puesto claramente en el visitante profesional, dotando la feria de un perfil de negocio visible. “Nuestro posicionamiento inconfundible se refleja claramente en la estructura del conjunto de los visitantes, ya que el 92 por

ciento de ellos han sido profesionales del sector TI. Uno de cada tres visitantes pertenece a las altas esferas de dirección de su empresa. Más de la cuarta parte de los asistentes a CeBIT acudieron a Hannover desde el extranjero. “Según Frese, se ha encontrado ahora la estructura ideal para el futuro desarrollo de la feria. En los próximos años vamos a mantener el foco en el negocio, ajustando los detalles en cooperación con nuestros expositores y socios para generar más crecimiento”. Frese hizo hincapié en que el nuevo perfil de CeBIT ha permitido alcanzar los objetivos planteados en todos los ámbitos relevantes. “Gracias a la nueva estructuración temática del recinto ferial, hemos ofrecido a los visitantes profesionales procedentes de más de 100 países una orientación clara. “Cada profesional del sector TI ha visitado una media de 26 stands, una cifra nunca registrada anteriormente en CeBIT. Las conversaciones giraron exclusivamente en torno a iniciaciones de negocios y proyectos concretos. Frese dijo al respecto: “La suma de las inversiones acordadas en CeBIT ha crecido en un 25 por ciento, ascendiendo a la cifra de 25.000 millones de euros”.



Por Manuel Navarro

Música de calidad

El mercado musical está de capa caída o al menos eso es lo que dicen. Da la sensación de que siempre es la piratería la que hace que las cifras de ventas se encuentren en nuestro país por los suelos. No estoy de acuerdo con esta opinión o al menos, no al cien por cien. En primer lugar hay que partir de un hecho: España es un país con una cultura musical nula entre otras cosas porque si hablamos de educación, la música, al contrario de lo que ocurre en otros países, siempre se ha considerado una asignatura “maría”. Así que el oído de los españoles no se encuentra convenientemente educado. Así que si no hay cultura musical, difícil será que se valore el trabajo de cualquier músico. Pero hay más factores: otro es el precio. No es normal lo que hay que pagar en España por cualquier disco, cuando si uno se va a cualquier país de nuestro entorno puede pagar por el mismo CD o vinilo hasta un 60% menos. No hace falta, sin embargo, viajar. Basta con buscar un disco cualquiera en la tienda de Amazon en EE.UU. y buscarlo en el portal español. La diferencia de precio es considerable. Así que otro punto más para que el personal se descargue música de forma “ilegal”.

Y luego se encuentra el tema de la calidad. Como ocurre con la mayoría de productos de consumo, queremos todo y lo queremos por la cara. Exigimos que nos den las cosas gratis y si nos cuestan unos pocos céntimos, ya no lo queremos pagar.

El problema de esto es que los que nos ofrecen los productos tampoco se esfuerzan en darnos calidad. En el mundo de la música sucede. Y nos encontramos sonidos con una calidad de ínfima.

Harto de ello, el compositor Neil Young ha decidido crear un sistema en el que prime la calidad. Se llama Pono y promete ofrecer sonido en alta fidelidad tal y como se graba en un estudio. ¿Tiene posibilidades de éxito? En mi opinión, ninguna. O al menos no la tiene si lo que se pretende es que la mayoría de la gente se compre un aparato que cueste 400 dólares y que la descarga de cada disco se sitúe entre los 15 y los 25 dólares. Otra cosa es que el planteamiento sea el de llegar únicamente a un público exclusivo. En este caso puede que consiga su objetivo, pero el precio de cada disco, por muy HD que sea, debería bajar unos cuantos dólares y situarse en el mismo rango de precio que un CD o un vinilo.



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

Intel gana terreno en IoT

Renee James, presidenta de Intel, ha analizado en detalle el catálogo de recursos de computación y comunicaciones de Intel.

Renee James ha presentado dos procesadores Intel Atom y una plataforma de comunicaciones para el estándar LTE-Advanced. También ha anunciado acuerdos de colaboración para varios años con Lenovo, ASUS y Foxconn, para aumentar la disponibilidad de los dispositivos móviles basados en tecnologías Intel. Ante la explosiva proliferación de dispositivos móviles con conectividad a la que asistiremos con el Internet de las Cosas, James ha destacado cómo Intel está transformando las arquitecturas de las infraestructuras de redes para reducir costes posibilitando que a los proveedores de servicios les resulte más sencillo ofrecer nuevos servicios y mejores experiencias de uso a sus clientes, al permitirles explotar la rentabilidad comercial de sus enormes depósitos de datos. crecimiento continuado del ecosistema móvil pasa por resolver complejos desafíos computacionales: debemos acceder al potencial que nos aguarda en los datos masivos, al tiempo que interconectamos miles de millones de dispositivos de forma fiable y segura empleando las más punteras tecnologías de computación y comunicaciones,” ha afirmado James. “Hoy tenemos el placer de presentar productos de comunicaciones punteros, así como nuevas plataformas de computación. Gracias a estas tecnologías, Intel goza de una posición privilegiada para transformar el futuro de la informática móvil y el Internet de las Cosas.”

NUEVOS PROCESADORES

Intel ha presentado su procesador Intel Atom Z3480 a 2,13 GHz (desarrollado bajo el nombre en clave de “Merrifield”), que ofrece una combinación ideal de potencia y gran rendimiento y gran autonomía de las baterías, para smartphones y tabletas Android. Este nuevo SoC, preparado para sistemas de 64 bits, ofrece un rendimiento de computación líder en los segmentos generalista y de altas prestaciones y supera ampliamente en prestaciones a los productos de la competencia en aplicaciones de cálculos intensos, en aplicaciones web y en la edición básica de materiales multimedia.¹ Además, Merrifield ofrece la mejor autonomía de baterías del segmento.² Basado en la microarquitectura Silvermont de 22nm de Intel, este nuevo procesador cuenta además con un núcleo gráfico PowerVR Series 6 Graphics de Imagination Technologies y está diseñado para integrarse de forma sencilla con la plataforma Intel XMM 7160 LTE. Merrifield es el primer SoC en contar con la nueva solución Intel Integrated Sensor Solution, que gestiona eficientemente los datos que recibe de los sensores para administrar las aplicaciones de forma inteligente y mantenerlas conscientes del entorno, incluso cuando el dispositivo se encuentre en un estado de bajo consumo energético. Intel prevé que varios OEM comercialicen múltiples dispositivos .



Por Óscar González

ORACLE PRESENTA JAVA 8

Oracle acaba de hacer oficial la publicación del esperadísimo Java 8. Esta versión de Java está orientada principalmente a introducir mejoras en el lenguaje que le equiparen con otras tecnologías en aspectos como el uso de expresiones ‘Lambda’, que básicamente son funciones anónimas que permiten escribir funciones que se pueden pasar como argumentos o devolverse como retorno de llamadas.

Uno de los aspectos que hay que destacar es que esta característica es ya parte de muchas otras plataformas, y está siendo fuertemente explotada por los lenguajes de nueva generación con lo que en principio esto no sería ninguna novedad.

Pero si dejamos de lado este aspecto hay que destacar que la nueva versión 8 de Java trae una renovada librería para el manejo de fechas (es histórico el mal diseño de la actual), un nuevo motor de Javascript, mejoras importantes en la librería de criptografía, mejoras en operaciones con colecciones de objetos, y la supresión del espacio ‘PermGen’, que se sustituye por un nuevo concepto denominado ‘Metaspace’.

De la misma manera, se persigue el tener una JVM con menor ocupación de memoria RAM. Por lo que podemos observar, esta nueva versión de Java va a dar mucho que hablar, y va a dar también mucho juego a la construcción de nuevas librerías y extensiones con una sintaxis mas moderna y teniendo un ojo puesto en el tamaño de la JVM.

En definitiva la nueva versión de Java 8 representa una magnífica noticia para los millones de desarrolladores que trabajan con este lenguaje día a día.

Despegue su negocio con Cloud

Reduzca los costes de su
infraestructura tecnológica

Pague solo por lo que utiliza, sin
inversión inicial

Acceda a su empresa desde
cualquier lugar

Soluciones de gestión para todo
tipo de empresas

- Soluciones ERP
- Plataformas Self-service
y Colaborativas
- Soluciones Verticales para
los sectores de Construcción,
Industria y Retail
- Soluciones Especializadas
para procesos transversales
(Calidad, Reporting)

PRIMAVERA Business Software Solutions
T/ 916 366 683
comunicacion@primaverabss.com
www.primaverabss.com/es

 **Primavera**
BUSINESS SOFTWARE SOLUTIONS

“Lenovo va a la Escuela”

Lenovo ha lanzado una nueva iniciativa dirigida al ámbito de la educación con el objetivo de liderar las ventas de dispositivos informáticos en este sector. “Quien lidera el sector de la educación acaba liderando el mercado total”, aseguran en Lenovo.

Tal y como se explicó, el programa “Lenovo va a la Escuela” apoya y da continuidad al Programa Escuela 2.0 promovido por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para fomentar la integración de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en los centros educativos. Mediante esta iniciativa, Lenovo quiere contribuir a poner en marcha las aulas digitales del siglo XXI.

La nueva propuesta de Lenovo persigue dotar al ámbito educativo de la mejor solución de dispositivos y servicios flexibles, proporcionando tanto a alumnos como a centros docentes la combinación perfecta entre rendimiento y movilidad. “Lenovo va a la Escuela” ofrece a los colectivos del ámbito educativo una amplia selección de dispositivos específicamente diseñados para este entorno a precios muy competitivos.

de Lenovo incluye distintos formatos y sistemas operativos, para cubrir las necesidades de todos los perfiles de usuarios: tabletas, mini-portátiles, convertibles, sobremesas ultra-compactos y sistemas “todo en uno”. Además, Lenovo ofrece configuraciones a medida en portátiles de 13, 14 y 15 pulgadas en función de las necesidades de cada centro.

Como parte de esta iniciativa, la compañía también ha lanzado un programa de canal específico destinado a incrementar las ventas en el ámbito de la educación.

UNO EQUIPO PARA CADA PERFIL DE USUARIO

Lenovo pone a disposición de estos colectivos una oferta innovadora de productos que se adaptan a las necesidades espe-

cíficas del entorno educativo:

- **Tabletas**

- IdeaPad S6000: tableta Android de 10,1” con pantalla HD y procesador Quad Core, para alumnos

- ThinkPad Tablet 2: tableta profesional de 10,1” altamente resistente con pantalla HD y Windows 8.1, para profesores.

- **Mini-portátil ThinkPad X131e**

- Resistente y ligero portátil de 11” y 1,5Kg de peso reforzado.

- Dispositivos “multi-modo”

- IdeaPad A10: dispositivo Android de 10,1” con giro de pantalla de 300° que permite dos modos de uso (portátil y soporte), para alumnos

- Lenovo Flex 10: dispositivo de 10,1” con pantalla multi-táctil, Windows 8 y giro de pantalla de 300° que permite dos modos de uso (portátil y soporte).

- ThinkPad Yoga: innovador ultrabook de 12,5” con Windows 8.1 convertible en tableta gracias a su giro de pantalla de 360° (HD multi-tác-

til). Se puede utilizar en cuatro posiciones diferentes. Ideal para profesores.

- **Sistemas de sobremesa**

- ThinkCentre M73 Tiny: PC de sobremesa ultracompacto que ofrece el máximo rendimiento y posibilidades de expansión en un formato de tan sólo un litro de capacidad. Del tamaño de un diccionario, es ideal para optimizar el espacio.

- ThinkCentre M83z AIO: equipo de sobremesa “todo en uno” ultra-fino con pantalla táctil de 21,5” y Windows 8 Pro 64.

“Ganar cuota de mercado de forma rápida en el sector de la educación es una de las prioridades estratégicas de Lenovo para seguir creciendo de forma acelerada en el mercado profesional” afirma Alberto Ruano.



Toshiba recomienda Windows 8.



Un nuevo héroe llega al mundo de los negocios

TOSHIBA SERIE-Z:
Ligereza y Potencia

Tecra Z50 SSHD-11V

Windows 7/Windows 8.1 Pro
Intel® Core™ i5-4200U
8 GB RAM
SSHD (8 GB SSD + 600 GB 5400 rpm)
TFT 15,6" HD LED Mate
Desde 1,75kg
1 año de garantía
PVR MA NO INCLUIDO: 799 €
Regalo Funda (PX1866E-1NCA)

Portégé Z30 SSD-12T

Windows 7/Windows 8.1 Pro
Intel® Core™ i5-4200U
8 GB RAM
256GB SSD
TFT 13,3" HD LED Mate
Desde 1,20kg
1 año de garantía
PVR MA NO INCLUIDO: 899 €
Regalo Funda (PX178E-1NCA)

Tecra Z40 SSHD-11L

Windows 7/Windows 8.1 Pro
Intel® vPro Core™ i5-4300U
8 GB RAM
SSHD (8 GB SSD + 600 GB 5400 rpm)
TFT 14,0" HD+LED Mate
Desde 1,47kg
1 año de garantía
PVR MA NO INCLUIDO: 899 €
Regalo Funda (PX1867E-1NCA)



www.toshiba.es/empresas

Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core, Ultrabook y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

HP dará conectividad gratis con sus nuevos dispositivos

HP ha presentado los nuevos PC híbridos y “voice tablets” – HP Pavilion x360 y HP VoiceTabs –, así como el servicio HP DataPass, con el que los usuarios pueden conectarse a internet sin necesidad de contrato ni compromisos de permanencia.



“Nuestra aspiración es crear productos y soluciones que proporcionen la mejor experiencia en casa, en la calle y en el trabajo. Por ello, estamos lanzando al mercado productos con nuevos factores de forma que cumplan con todos los requisitos que exigen ahora los consumidores, cuyo estilo de vida se caracteriza por estar en continuo movimiento”, declaró Salvador Cayón, director de Marketing de la división de Impresión y Sistemas Personales de HP España. “Los usuarios de hoy en día buscan tecnología que les haga la vida más sencilla. Quieren que los PCs sean finos y con estilo. Y quieren servicios que les mantengan conectados sin importar donde se encuentren. En HP lo sabemos y por eso hemos renovado nuestra gama de equipos de consumo entorno a la movilidad”.

MÁS QUE UN TABLET, MÁS QUE UN TELÉFONO

De la mano del propio Cayón, HP ha presentado su oferta de “voice tablets”, los HP Slate VoiceTab de 6 y 7 pulgadas. Se trata de una nueva categoría que representa una gran oportunidad de crecimiento para la compañía, y es que más del 65% de la gente que utiliza teléfonos con gran pantalla consumen un mayor nivel de datos digitales (multimedia, correo, acceso a aplicaciones, etc.). De acuerdo a un estudio sobre phablets de febrero de 2013 de Business Insider, se prevé que el mercado de los phablets de más de 5” alcance los 350 millones de unidades a nivel mundial en 2014.

El HP Slate VoiceTab de seis pulgadas y el HP Slate VoiceTab de siete, compactos y con altas prestaciones, cuentan con la potencia de procesadores de cuatro núcleos, lo que

permite a los usuarios realizar una plena actividad multitarea, que abarca desde el acceso al email y navegación por Internet hasta disfrutar de multimedia avanzada como juegos y el visionado de vídeos en streaming. Los nuevos dispositivos, que también proporcionan funciones de llamadas de voz, ofrecen alta calidad, fiabilidad y rendimiento para ayudar a los usuarios en su actividad profesional. El diseño elegante y compacto de estos nuevos dispositivos es lo suficientemente fino para que quepan perfectamente en el bolsillo, y el diseño avanzado de su carcasa trasera es resistente a arañazos.

Ambos equipos estarán disponibles en color plata, con carcasas opcionales de cinco colores: blanco nieve, azul marino, verde césped, rosa neón, púrpura neón.

360° DE VERSATILIDAD

Para HP, un alto número de usuarios de hoy en día busca ordenadores convertibles que les permita unir su ocio y el trabajo, además de querer tener en un solo dispositivo un portátil y un tablet, con unos tamaños más reducidos, preferiblemente 11” y 14”. “Los ordenadores convertibles son los factores de forma preferidos para unidades de tamaño pequeño y medio. Por ello, HP ha incorporado a su familia el HP Pavilion x360, un convertible

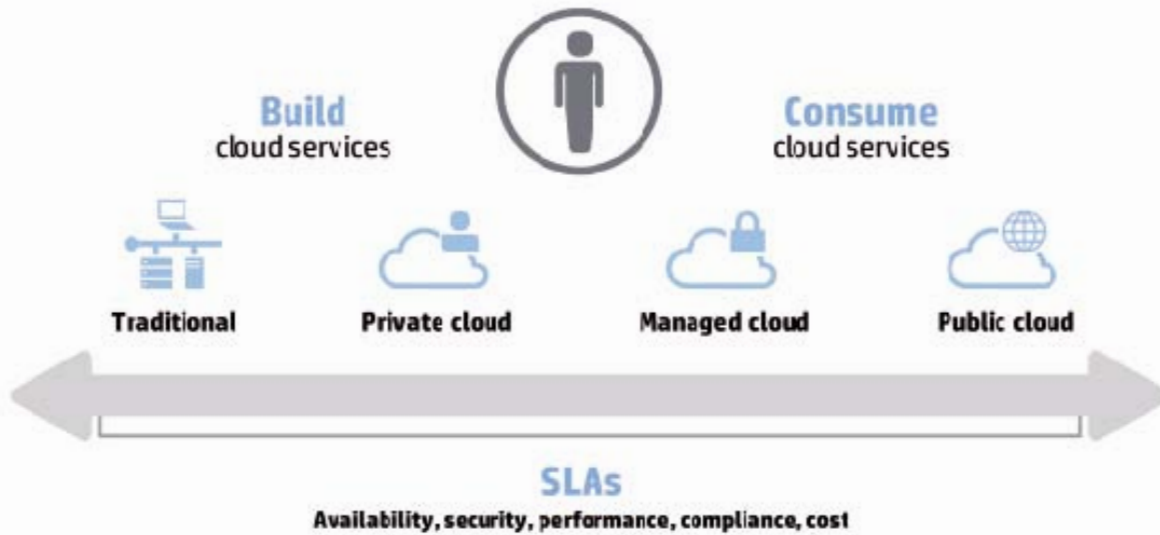
táctil que transforma la experiencia de usuario con una bisagra abatible 360 grados que permite desarrollar una actividad multitarea, pudiéndose colocar en modo portátil, en triángulo (en modo de compartir) o como un Tablet”.

El nuevo HP Pavilion x360 cuenta con tecnología Beats Audio y dobles altavoces diseñados para reproducir con excelente calidad de sonido en cualquier posición.

Peso de 1,4kg, una pantalla HD SVA multitáctil de 10 puntos y 11,6 pulgadas, procesador Celeron N2830 o Intel Pentium N3520 y webcam HP TrueVision HD.

Según un estudio de la Comisión Europea de agosto de 2013 la tendencia es que los usuarios continúen potenciando el acceso a Internet vía wifi; y es que el 71% de todo el tráfico de datos inalámbricos en la Unión Europea iba dirigido a los smartphones y tablets utilizando wifi, cifra que podría llegar al 78% en 2014. Pero los usuarios están comenzando a cuestionar la seguridad de las redes wifi. Además, y a pesar de los datos dados, no siempre hay una disponible. Por ello, HP está comenzando a integrar en algunos de sus portátiles, tablets y “voice tablets” el servicio HP DataPass, permite a los usuarios conectarse a internet cuando no se tiene acceso a una red wifi.

It's a hybrid world



La siguiente generación de HP CloudSystem

La plataforma integrada y abierta que construye y gestiona servicios en la nube

Hoy en día, la movilidad, los grandes volúmenes de datos y la llegada de la computación en la nube ofrecen a los departamentos de TI nuevas formas de ayudar a las organizaciones a impulsar el progreso hacia la resolución de sus desafíos más necesarios: acelerar la innovación, aumentar la agilidad y mejorar la gestión financiera.

La nube es un componente clave de la capacidad de las organizaciones para obtener un acceso sin interrupciones a la tecnología de la información y HP CloudSystem es la plataforma más completa, integrada y abierta que permite a las empresas y a los proveedores de servicios crear y gestionar servicios de nube.

Basada en los sistemas líderes y probados de la infraestructura convergente de HP y HP Cloud Service Automation, HP CloudSystem integra servidores, almacenamiento, red, seguridad y gestión para automatizar el ciclo de vida desde la infraestructura a la aplicación para la gestión de la en-

trega de servicios híbridos. El resultado es una solución de nube completa que permite a las empresas ganar agilidad y rapidez, y a los proveedores de servicios alcanzar un crecimiento superior. Además, HP ha continuado perfeccionando la plataforma a través de las experiencias de sus más de 1.100 clientes repartidos por todo el mundo.

Al formar parte de la arquitectura de la nube convergente de HP, los clientes cuentan con una plataforma integrada y simplificada que resulta más fácil de gestionar y ofrece flexibilidad y portabilidad entre nubes privadas, públicas y gestionadas. Además la solución HP CloudSystem está basada en los probados sistemas de software HP Cloud Service Automation y gestiona nubes privadas o híbridas con una arquitectura abierta y heterogénea.

La nube convergente de HP es el primer modelo y catálogo de entrega híbrida del sector basado en una arquitectura común que permite a los clientes construir, gestionar,

proteger y consumir servicios tanto de nubes privadas, gestionadas y públicas, como de las TI tradicionales. Está basada en estándares abiertos y es compatible con software y hardware heterogéneo de múltiples proveedores. Además ha sido construida sobre HP Converged Management & Security, HP Converged Information y la tecnología OpenStack, todos ellos líderes del sector.

Disponibles en dos modelos -HP CloudSystem Foundation, impulsado por HP Cloud OS, una versión de OpenStack mejorada por HP para ser más sólida a nivel empresarial, y HP CloudSystem Enterprise, que ofrece todas las capacidades de Foundation además del aprovisionamiento de infraestructura avanzada y servicios de aplicaciones más rápidos-, HP CloudSystem opera como una solución de nube completa y autónoma que proporciona seguridad, gobierno y cumplimiento unificados a través de todas las aplicaciones, así como en las infraestructuras físicas y virtuales.

Epson ofrece impresión ininterrumpida

Epson lo tiene claro. El futuro de la impresión pasa por la tecnología Injek, en detrimento de la de láser: es más barata, más fiable, más rápida, tiene mayor calidad y contamina menos. Por otro lado, aquello de la “oficina sin papeles” se ha demostrado que es un mito. **Juan Manuel Sáez. Viena**

Así de claro lo quisieron dejar los máximos directivos europeos de la multinacional japonesa Epson a periodistas de todo el continente, en el curso de una reunión mantenida en la capital austríaca, en la que se anunciaron hasta quince nuevos productos basados en su nueva tecnología PrecisionCore.

La compañía nipona presentó asimismo sus planes de crecimiento dentro del mercado de la impresión profesional, así como los productos desarrollados para permitir dicho crecimiento. Aprovechando su tecnología industrial de cabezal de impresión de inyección de tinta, PrecisionCore, Epson ha desarrollado la gama WorkForce Pro RIPS [Replaceable Ink Pack System (sistema de paquetes de tinta sustituibles)], para ofrecer a las empresas una serie de productos de inyección de tinta que permiten la impresión ininterrumpida de hasta 75.000 páginas sin necesidad de cambiar los consumibles. Se espera que los nuevos productos permitan a Epson acelerar aún más la transición del láser a la inyección de tinta dentro del mercado de la impresión profesional.

Tal y como se destaca en la



información facilitada al efecto, el sistema de paquetes de tinta sustituibles RIPS se ha desarrollado para solucionar el impacto de los problemas de mantenimiento e inactividad de la impresora en el lugar de trabajo - se calcula que esta pérdida de productividad supone actualmente unos 7.000 millones de euros al año en empresas de EU5.

La gama RIPS incluye un modelo A3 que cubre un vacío en el mercado para impresoras profesionales de inyección de tinta A3. La gama de productos completa es el resultado de una inversión de 125 millones de euros en las fábricas de Japón, la cual ha permitido que Epson introduzca la tecnología de cabezales de impresión industrial de gama alta en el mercado de

grandes volúmenes. La confianza de Epson en la tecnología de inyección de tinta quedó respaldada por los datos de mercado presentados por IDC, que destacó el continuo crecimiento del mercado de inyección de tinta profesional y la creciente adopción de esta tecnología en las empresas. Phil Sargeant, director de programas de IDC, comentó: “En conjunto, el mercado de inyección de tinta profesional está creciendo cada año, manteniendo su crecimiento incluso los años en los que han disminuido las ventas de impresoras láser. Se espera que los productos de inyección de tinta profesionales representen el 25% del mercado de impresoras y equipos multifunción profesionales en 2017.”

Junto con la nueva gama

WorkForce Pro RIPS, Epson también ha lanzado una gama de nuevos modelos profesionales de inyección de tinta que aportan una mejora en cuanto a velocidad y fiabilidad al mercado de inyección de tinta profesional. Tanto las nuevas impresoras profesionales de inyección de tinta como la nueva gama WorkForce Pro RIPS refuerzan una gama de impresoras profesionales de inyección de tinta ya de por sí sólida que puede presumir de una reducción de hasta el 50% en el coste por página y de hasta el 80% en el consumo energético en comparación con productos láser similares.

PRECISIONCORE

Epson ha anunciado 18 impresoras de inyección de tinta para el entorno profesional, con modelos que cubren las necesidades de empresas de todos los tamaños; desde las pequeñas oficinas hasta las grandes empresas. Estas son las primeras impresoras de inyección de tinta profesionales que incluyen la exclusiva tecnología de cabezal de impresión de Epson denominada PrecisionCore que refuerza las ventajas de la tecnología de inyección de tinta.

G Data responde al fenómeno BYOD

Las soluciones profesionales del fabricante de seguridad alemán blindan redes heterogéneas donde conviven sistemas Windows y Android

Garantizar las transacciones bancarias y brindar una protección eficaz frente al robo de datos, el ciberespionaje y cualquier forma de ataque informático resulta esencial para la supervivencia de las empresas, con independencia de su tamaño. El proveedor de soluciones de seguridad alemán acaba de renovar sus soluciones de empresa G Data AntiVirus, G Data ClientSecurity, G Data EndpointProtection y G Data SmallBusiness Security, que, además de protección antimalware y protección web en tiempo real, también responden a todos los condicionantes del fenómeno BYOD. Así, no solo ofrecen seguridad integral a los smartphones y tabletas Android de la red corporativa, sino que facilitan su gestión desde la propia consola central, permitiendo un considerable ahorro de tiempo a los administradores de sistemas y, de recursos económicos, a los departamentos financieros.

«Los smartphones, en su uso profesional, y si dicho uso no está regulado o administrado de alguna forma por la empresa, constituyen una brecha de seguridad para las organizaciones que puede ser fácilmente explotada por cualquier cibercriminal. Como consecuencia del fenómeno BYOD, el número de clientes que deben ser administrados crece rápidamente y la interacción, dentro de la propia red empresarial, del parque tradicional de PCs, servidores y portátiles con estos nuevos dispositivos móviles, pone a prueba la infraestructura empresarial y multiplica los accesos para las amenazas informáticas. Por ello, las redes corporativas, cada vez más complejas, requieren una estrategia de gestión basada en soluciones capaces de gestionar, securizar y, en definitiva 'tratar' a los dispositivos móviles tal y como se hace con el resto de clientes», afirma Ángel Victoria, director comercial de G Data.

PROTECCIÓN CENTRALIZADA, TAMBIÉN PARA CLIENTES ANDROID

Los dispositivos móviles Android están integrados en las soluciones corporativas de G Data como clientes de pleno derecho gracias al módulo de gestión de dispositivos móviles (MDM) y todas las configuraciones de seguridad pueden ser gestionadas desde la consola central, desde escaneos rutinarios a las funciones antirrobo. «Esto incluye el bloqueo de apps maliciosas o la protección de agendas o correos electrónicos con contraseña.

Además, también se puede borrar en remoto toda la información almacenada en el terminal en caso de pérdida o robo. Una forma de minimizar las consecuencias en caso de que algún empleado pierda su smartphone empresarial», afirma Angel Victoria, director comercial de G Data.

G DATA ENDPOINTPROTECTION BUSINESS, LA SOLUCIÓN MÁS COMPLETA

Es la solución más completa del fabricante alemán. Además de protección antimalware,



cortafuegos o filtro antispam, G Data EndpointProtection incorpora el módulo PolicyManager para facilitar la adhesión de cada puesto a la política de seguridad de la propia compañía. Esto permite controlar o restringir la navegación web, la instalación o la ejecución de programas ajenos a la empresa así como un control de puertos y dispositivos externos.

G Data EndpointProtection puede completarse con una función backup, protección de servidor de correo electrónico y con un gestor de parches que se encarga de que todos los clientes de la red estén convenientemente



Premios 2014



Como cada año, la revista BYTE TI ha seleccionado a las personas y productos, soluciones y servicios más destacados del año. Durante este mes de abril se celebrará la entrega de los galardones de la que les daremos cumplida información en el próximo número. Estos son los premiados de esta edición



Personalidad del año

JOSÉ MANUEL PETISCO, director general de Cisco

Tras siete años en el cargo, José Manuel Petisco, no sólo ha sabido afrontar los retos autoimpuestos por la multinacional norteamericana sino que ha sabido hacerlo en un entorno altamente competitivo y muy afectado por la crisis económica. Trabajador incansable, el máximo de Cisco en España, no se detiene a la hora de encontrar nuevos retos que hagan todavía más competitiva a su compañía: Seguir ayudando a empresas y Administraciones a adoptar las transiciones tecnológicas más importantes como Cloud, Movilidad, BYOD, Vídeo, Big Data, Seguridad e Internet of Everything.

Mejor director de marketing

SUSANA GILBERT, directora de Marketing de Econocom

En un contexto de crisis económica casi permanente, Econocom, no sólo sobrevive sino que mejora sus resultados, invierte en I+D y puede presumir de integrar, sin que apenas se aprecie de cara al exterior, la compra de Osiatis. El departamento de marketing y comunicación, liderado por Susana Gilbert, es en buena parte artífice de este éxito.



Mejor director de comunicación

JOSÉ LUIS ARRANZ, director de comunicación de Samsung

El que es desde hace dos años el director de comunicación de la todopoderosa Samsung es el máximo responsable del posicionamiento de la marca coreana en los medios de comunicación españoles. Hasta su llegada, Samsung presentaba una política de comunicación errática que Arranz ha sabido dirigir con éxito y con una gran valía.

Mejor CIO del año

Hugo Nájera, CIO de BBVA. El avance que en materia tecnológica está experimentando el BBVA no tiene parangón superando con creces a los que realizan sus máximos competidores bancarios. El éxito se debe en buena medida a la labor de Hugo Nájera, máximo exponente del departamento IT de la entidad bancaria.



Mejor Proveedor de Internet

One & One. One & One se está convirtiendo con cada año que pasa en un referente a nivel nacional. Esta compañía, está cada vez más presente en la gran mayoría de hogares españoles, así como en buena parte de las empresas de pequeño y mediano tamaño. Atención al cliente a precio asequible forman las claves de su éxito

Solución móvil

TP Link M5360

El M5360 de TP-LINK es la combinación perfecta de 3G Wi-Fi Hotspot y batería portátil. Equipado con un módem 3G, al instante establece su propio punto de acceso Wi-Fi con sólo insertar una tarjeta SIM 3G. Con hasta 21.6Mbps de descarga y velocidades de carga de 5.76Mbps, el M5360 es capaz de proporcionar la distribución inalámbrica de conexiones 3G para hasta 10 usuarios



Mejor Servidor

Fujitsu Primequest 2000

La familia de servidores Primequest 2000 son servidores x86 de misión crítica y alto rendimiento que permiten a los clientes obtener ventajas económicas y flexibilidad de los estándares del sector Linux y Windows mientras se conservan todas las características de los servicios de centro de datos cruciales.

Mejor Monitor

Philips 298P4

Monitor de 29 pulgadas de formato panorámico. Resolución excelente y un muy buen diseño son sus principales características. Gracias a ese formato panorámico, el equipo es una más que acertada elección para aquellos profesionales que necesiten trabajar con dos monitores al mismo tiempo. Y es que, pueden verse de manera muy clara y trabajar al mismo tiempo con dos aplicaciones.



Mejor empresa de servicios IT

Accenture

La compañía cuenta con una posición de mercado muy sólida y un modelo de negocio rentable, siendo reconocida además por su prestigio y gran labor. Con más de 275.000 empleados a escala global y presencia en más de 120 países, Accenture es una de las empresas líderes en el negocio de consultoría en management, tecnología y outsourcing. La compañía cuenta como clientes a 89 de las 100 empresas líderes en la lista Fortune 100 y más de tres cuartas partes de las empresas en la lista Fortune 500 utilizan los

Mejor ERP

A3 Software. A3 ERP

Esta herramienta permite una visión de 360º de los negocios, gestionando las áreas de laboral, comercial, compras, logística, producción y financiera para optimizar los recursos disponibles, y simplificar y agilizar los procesos que ayuden en la toma de decisiones para una gestión eficiente.

Mejor aplicación de movilidad

Vodafone Wallet

Se trata de un servicio revolucionario que hace que un Smartphone se convierta en la cartera del usuario. A partir de ahora se puede llevar en el móvil muchas de las cosas que se encontraban en la cartera, como dinero, tarjetas, abono transporte, carné del gimnasio e incluso las llaves. Con un simple gesto, por ejemplo, se puede entrar en el autobús o en el metro, pagar las compras o abrir la puerta de la vivienda.

Premios 2014



Solución de seguridad corporativa

Symantec Backup Exec 360°

Appliance. El Appliance Backup Exec 360° ofrece hardware y software integrados para proporcionar una solución de copia de seguridad económica, completa y sencilla. Permite la eliminación integrada de datos duplicados, recuperación granular y protección de máquinas virtuales.

Mejor solución de gestión documental

Kyocera Mydoc de Kyocera Document Solutions.

Con MyDOCument, KYOCERA Document Solutions ofrece una aproximación end-to-end a la gestión documental al permitir a sus clientes que puedan archivar y recuperar los documentos de la empresa, realizar capturas automáticas de éstos y hacer búsquedas de la información que éstos contienen, establecer flu-

Mejor plataforma de virtualización

VMware vSphere. VMware vSphere es la plataforma de virtualización líder del sector para construir infraestructuras de cloud. Permite a los usuarios ejecutar aplicaciones críticas para el negocio con confianza y responder con mayor rapidez a las necesidades empresariales. vSphere acelera el cambio hacia el cloud computing para los centros de datos existentes,

Mejor outsourcing documental

Canon. Canon ha sabido pasar de ser un fabricante de impresoras a convertirse en un proveedor global de soluciones de gestión documental en el que se abarca desde el hardware hasta el software y por supuesto los servicios. Un segmento éste en el que destaca por la calidad a la hora de prestar servicio al cliente.

Mejor impresora multifunción

Epson Workforce Pro WP-4525DNF

Impresión más rápida: Ofrece un coste por página un 50% inferior y una impresión más rápida para los trabajos de impresión de menor extensión, en comparación con las 10 impresoras láser en color más vendidas. Y si hablamos de la impresión a doble cara, es el doble de rápida que su principal competidora.



Mejor solución de almacenamiento



D-Link NAS DNS 327L

Esta solución es un sistema de dos bahías que cuenta como sistema principal una CPU a 1,2GHz con 512MB de RAM. El producto está dirigido a pequeñas empresas así como a grupos departamentales ya que cuenta con múltiples opciones para backup, descarga automatizada y P2P, servicios streaming y gestión de una propia Cloud.

Mejor empresa de seguridad

Panda Security.

Panda es uno de los referentes mundiales en materia de seguridad. Después de haber solventado con éxito la crisis económica la compañía apuesta por ofrecer soluciones novedosas y disruptivas en materia de seguridad. Es además una de las dos únicas empresas españolas que se encuentran en el TOP 100 de los fabricantes de software europeos.

Premios 2014

Mejor empresa de telecomunicaciones



Telefónica

Telefónica ha sabido adaptarse a los cambios constantes que se producen en el sector de las telecomunicaciones y lo hace desde una posición de liderazgo cada vez más sólida.

Mejor ultrabook

Toshiba Portegé Z30

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 compatible con la versión 1.2.



Mejor convertible

Lenovo Think Pad Yoga

Con un peso a partir de 1,58 kg y un grosor de tan solo 19 mm (0,75"), el Yoga 2 Pro es un sistema ultraportátil que resulta perfecto para profesionales móviles. el ThinkPad Yoga ofrece una gran cantidad de espacio para todos sus archivos, vídeos, fotos y presentaciones importantes. Además, el potenciador del rendimiento de Lenovo ofrece un rendimiento hasta cinco veces mayor.



Mejor smartphone

HTC One

Recientemente premiado en el Mobile World Congress de Barcelona, el HTC One empieza a convertirse en uno de los smartphones estrella del Mercado. Su diseño y prestaciones (se puede ver análisis en la comparativa de este número) hacen que en nuestra opinión sea el mejor móvil del momento.



Mejor solución de movilidad

Samsung Knox

Samsung KNOX protege la información profesional encriptando los datos profesiones e inhabilitando el intercambio de información entre las diferentes aplicaciones. Los datos y aplicaciones dentro del contenedor están separados del resto, ofreciéndote una solución al problema de filtración de datos asociado al modelo BYOD. La empresa controla todo lo que ocurre en este contenedor.

Mejor iniciativa Cloud

Informática el Corte Inglés

Informática El Corte Inglés viene desarrollando y apostando de una forma muy fuerte por ofrecer a sus clientes unos entornos cloud diferenciados. La apuesta de la compañía es clara y gracias a ella se convertirá en uno de los principales actores de este mercado

Mejor ultrabook convertible

HP Zbook 14

Es la primera workstation que se presenta con las prestaciones de un Ultrabooks con un diseño delgado. Está diseñada para satisfacer las necesidades de todos los clientes a nivel mundial, donde las operaciones de misión crítica requieren el máximo rendimiento y fiabilidad.

La seguridad en la empresa

BYTE TI organizó el pasado mes un encuentro informativo con algunas de las principales empresas de seguridad del mercado para analizar como afrontan los principales problemas las compañías. Al acto acudieron, Alfonso Franch, director general de Panda Security; Ovanes Mikhailov, director general de Kaspersky; Miguel López, country manager de Barracuda; Juan Antonio Díaz, responsable de banca y seguros del área de B2B de Samsung; Christopher McMahon, responsable de servicios de seguridad, software products and outsourcing de Vector Software y Eduard Palomeras, principal consultant de CA Technologies.

El acto comenzó preguntando a los asistentes por las necesidades que tienen las empresas de hoy en día en materia de seguridad. Abrió el debate Christopher McMahon, responsable de servicios de seguridad, software products and outsourcing de Vector Software quien aseguró que en materia de seguridad lo que tienen claro en su compañía es que es necesario “adaptarnos a las necesidades de los clientes”. Entre esas necesidades, Juan Antonio Díaz, responsable de banca y seguros del área de B2B de Samsung afirmó que en su compañía “nos encontramos con que los clientes quieren seguridad en dispositivo, conexión, datos y un control global. Todo esto es vital para la compañía”.

Además de los dispositivos móviles, Ovanes Mikhailov, director general de Kaspersky, señaló que “las principales tendencias son móvil, cloud, crecimiento de dispositivos de distintos tipos lo que hace que haya más riesgos, etc”. Por su parte, el director general de la multinacional española Panda Security afirmó que “lo que nosotros vemos en el mundo de la seguridad es que lo que los clientes nos trasladan es inseguridad, muchas incertidumbre. Esta inseguridad vienen porque en muchos casos el malware lleva residiendo en dispositivos desde hace mucho tiempo y esto genera inseguridad a las empresas. Y se sorprenden de que el malware ese encuentre dormido desde hace tiempo. El enfoque de detección tradicional es insuficiente. Todas las consultoras reconocen que tienen cosas infectadas dentro de las empresas. Por tanto la tendencia es la de cambiar el modelo obsoleto de detección. La tendencia es reducir las ventanas de oportunidad a cero y esto tiene que cambiar. Si nos dedicamos a detectar, el malo siempre va a ir por delante de nosotros”. Para Eduard

Palomeras, principal consultant de CA Technologies, la realidad es que “hay un nuevo escenario que son los móviles y la nube. Las amenazas fundamentales son las correspondientes a la suplantación de identidad, la segunda la de inyección de parámetros y datos que sobrepasan los buffers de ejecución y tercero, la posibilidad de obtener datos en tránsito desde que están en la nube hasta que van al dispositivo. Luego está la amenaza de no llegar a tiempo. Los desarrolladores tienen que crear nuevas características lo más rápidamente posible para cubrir nuevas necesidades de mercado y esta rapidez no tiene que ir acompañada de lastres de seguridad. El problema es que como el desarrollador de aplicaciones se dedica también a la seguridad se crea inseguridad”. Finalmente, Miguel López, country manager de Barracuda afirmó que “los principales riesgos que vemos vienen por el entorno de cloud. Los fabricantes tenemos que apoyarnos en recursos cloud para el desarrollo. Pero tenemos que dar la garantía de que los servicios cloud cuentan con unos estándares de seguridad mayores que los que vienen a sustituir”. Para este directivo además, otro aspecto importante “es el tema de la movilidad. Aquí queda mucho por hacer porque en muchas ocasiones no existe una política interna de cómo afrontar este aspecto. Por ejemplo, BYOD es un cambio muy radical pero no ha dado lugar a que las empresas lleven las medidas de seguridad adecuadas y los fabricantes estamos obligados a aportar seguridad a entornos de movilidad”.

Como conclusión Christopher McMahon aseguró que “el nivel de profesionalidad de los departamentos TI de las empresas está mejorando pero la falta de inversión está haciendo que muchas empresas no sean seguras”.



LAS PRINCIPALES AMENAZAS

¿Cuáles son las principales amenazas a las que se enfrentan las empresas? En opinión de Miguel López de Barracuda, “la gran amenaza a la que nos enfrentamos no es la falta de conciencia de los responsables de TI sino de los responsables que no pertenecen al departamento que no es TI, porque ellos lo único que quieren es una mejora de los resultados. Este es el principal problema”. Otro de los problemas, señalado por Alfonso Franch, director general de Panda Security, es que “las empresas no pueden responder a la pregunta, ¿cuánto más seguro estoy si invierto más? La gente no sabe si invirtiendo un 10% más está un 10% más seguro”. Por su parte, el director general de Kaspersky señaló que “riesgo tienen todas las empresas, pero las pymes que necesitan seguridad, no tienen recursos para atender a este problema y nosotros tenemos que hacer más esfuerzo para proteger a estas empresas. Los grandes tienen presupuestos, un comité de seguridad, etc. En una pyme no y por eso no le da importancia. Además quieren la seguridad barata y con la mejor tecnología. Tenemos que apoyar a estas empresas con tecnologías robustas pero no es fácil y es donde deberíamos enfocarnos”. En este sentido, Juan Antonio Díaz de Samsung afirmó que “las Grandes Cuentas son más conscientes de la seguridad. Los cambios en los dispositivos han hecho ver a las empresas que mucha de la información se encuentra en los dispositivos móviles y ahora se dan cuenta de la importancia de securizar este tipo de dispositivos”. Uno de los problemas, en opinión de Christopher McMahon, responsable de servicios de seguridad, software products and outsourcing de Vector Software uno de los problemas es que “si

miramos el TOP 10 nos encontramos con los mismos errores de hace dos tres años. A raíz de casos como Snowden, las empresas han visto más los riesgos que tienen. Las pymes además creen que por ser pequeñas no van a ser atacadas y un 40% de los ataques se produce a este tipo de empresas”. Pero no sólo con las medidas se crean parámetros de seguridad. Por ejemplo, el máximo responsable de Barracuda en nuestro país hay detalles que parecen secundarios pero que son importantes: “Es fundamental llamar al hacker ciberdelincuente. Porque ahora son redes organizadas que utilizan ratios y que compiten entre ellas para obtener beneficio. El 100% de seguridad es imposible alcanzarlo, si existiera una máquina que fuera 100% segura tendríamos algo más inteligente que el ser humano. El hacker no está por delante, el problema es que no sabemos cuál es la inversión que hay que realizar para proteger un equipo, un servicio o una aplicación. La profesionalización del ciberdelincuente hace que cada vez más haya que establecer planes, políticas, etc. No sólo se trata de tener la mejor herramienta, sino la que sea más fácil de utilizar para el usuario, que sea asumible por parte del departamento TI. Lo importante es educar al usuario, porque es el trabajador el eslabón más débil de la cadena”.

SEGURIDAD MÓVIL

Es en los dispositivos móviles en donde se encuentran algunos de los retos de la seguridad. Tal y como señaló el responsable de CA Technologies, “el problema es que el smartphone en principio estaba enfocado para el usuario doméstico. Y ahora hay que cambiarlo. Por ejemplo nosotros hemos firmado un acuerdo con Samsung para

potenciar su plataforma KONX, para trabajar con estos dispositivos en la empresa. La gestión de dispositivos están plenamente adoptados y vamos a dar un paso más allá para proteger el contenido y no sólo el dispositivo. En vez de denegar los accesos hay que facilitar su entrada de una forma segura". Para el director general de Panda Security, "en el entorno móvil también hay mucha incertidumbre. BYOD ya está superado. Hay dos palabras que marcan el contexto: la ubicuidad y la heterogeneidad. La primera es que un usuario tiene una tablet, un smartphone, un portátil, una Xbox, etc. Y se quiere conectar a muchos servicios a través de todos ellos y no se puede impedir que accedan a ella. En cuanto a la heterogeneidad: no hay ninguna empresa que pueda estandarizar dispositivos, porque las propias telcos no te permiten hacerlo. Las empresas nos piden securizar sus dispositivos, especialmente para securizar las conexiones. Yo creo que se pueden trasladar algunos conceptos del PC al smartphone pero teniendo en cuenta que no son iguales. La tercera preocupación es la gestión del dispositivo. Resulta que ahora las empresas tienen más dispositivos móviles que PCs. Y la gestión de la movilidad tiene que integrarse con la gestión TI y eso todavía no se ha conseguido. Hay que integrar el mundo fijo y el móvil".

Por su parte, Juan Antonio Díaz, responsable de banca y seguros del área de B2B de Samsung aseguró que en su compañía, "nosotros tenemos una política de seguridad clara. No tiene nada que ver un Android cualquiera con un Android de Samsung. Esa es una de las claves y nuestra solución Knox pretende solucionar los problemas de seguridad. Knox es una mezcla de BYOD y lo que nosotros teníamos antes. No merma la productividad de la compañía y tenemos en un dispositivo dos entornos totalmente separados. ¿Qué hacemos con esto?, que la parte de IT puede gestionar y modificar las apps (usar

cámara o no, utilizar el sistema de SMS, etc.) y en la parte personal puedo usar todo. Y todo está totalmente separado y securizado".

Son muchos los que critican la gran cuota de mercado y los problemas que tiene Android en materia de seguridad. Son muchos los que creen que es debido a que se trata de una plataforma Open Source. Para Christopher McMahon, "OpenSource no es una amenaza, más bien es una oportunidad. Un software freeware tiene gran seguridad. Otra cosa es lo que tú elijas para tu empresa grande". Para el portavoz de Samsung, "Google es un sistema abierto y no se controla hasta el último punto lo que se está subiendo. Hablando con todas las empresas de sector, como CA, intentamos que todo sea más seguro. Por eso tenemos Samsung App, porque son apps que están certificadas por nosotros y que sabemos que son seguras".

Para Ovanes Mikhailov, director general de Kaspersky, son los "usuarios los que tienen que definir si es necesario o no determinada aplicación de seguridad o si se deben tomar determinadas medidas. Nosotros creemos que es fundamental tener un sistema de seguridad en un móvil, no sólo antivirus. Por ejemplo, los niños llevan móvil y hay que controlarlos. Los fabricantes tenemos que dar solución a esta serie de cosas".

Para Alfonso Franch, "el concepto antivirus en el móvil se queda corto. No se trata solo de tener un antivirus. El mundo de la protección en el PC fue distinto porque en el mundo de PC, Microsoft nos dio carta blanca en la era de PC, en el mundo del móvil es mucho más técnico y es más complicado". Finalmente, el director general de Barracuda concluyó que "la movilidad ha añadido consumo de ancho de banda, de batería, etc. Ahora se revisan conceptos tan fundamentales como el antivirus, listas blancas, negras, tratamiento de los certificados, etc. son medidas adicionales que hay que añadir".

LOS PROTAGONISTAS



Christopher McMahon, responsable de servicios de seguridad, software products and outsourcing de Vector Software



Juan Antonio Díaz, responsable de banca y seguros del área de B2B de Samsung



Ovanes Mikhailov, director general de Kaspersky



Alfonso Franch, director general de Panda Security



Eduard Palomeras, principal consultant de CA Technologies



Miguel López, country manager de Barracuda

KASPERSKY LAB: es la mayor empresa privada de soluciones de seguridad endpoint. Las soluciones de seguridad para empresas –Kaspersky Endpoint Security for Business- combinan una potente protección anti-malware, herramientas de control flexibles, cifrado y herramientas de administración de sistemas.- La seguridad de Kaspersky Lab abarca desde los terminales hasta los servidores, incluyendo pasarelas. Gracias al enfoque exclusivo de diseño integrado, es posible proteger y controlar todos los dispositivos, ya sean físicos, virtuales o móviles, desde una única consola de administración centralizada, independientemente del tamaño de la infraestructura. www.kaspersky.es

VECTOR: La seguridad TI es una de las mayores preocupaciones de las empresas hoy en día. Los cibercriminales actuales dominan los entornos informáticos y demuestran amplios conocimientos técnicos. En este contexto, además de contar con una plataforma de seguridad capaz de proteger la infraestructura empresarial, es fundamental un servicio completo en materia de ciber-seguridad. Como parte de la división de Software Products and Outsourcing de la empresa Vector, el equipo de Security Services ofrece a sus clientes la posibilidad de afrontar las amenazas de los ciber-delincuentes con una gama de servicios orientados al desarrollo seguro, formación y concienciación en materia de seguridad, análisis de vulnerabilidades y hacking ético.

PANDA ADVANCED PROTECTION SERVICE (PAPS): es un servicio gestionado para el control de aplicaciones, que supone un enfoque disruptivo frente al tradicional sistema de detección de software maligno en base a listas negras y blancas. Panda Advanced Protection Service plantea un modelo en el que sólo se ejecuta lo 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. En estos momentos, ningún otro proveedor de la industria del software de protección cuenta con una propuesta similar.

CA TECHNOLOGIES: CA Layer7 es una suite de soluciones para asegurar las APIs que conectan los sistemas y datos de una empresa con las aplicaciones móviles, plataformas cloud y redes de partners y desarrolladores. CA Layer7 securitiza los accesos a las API a través de autenticación, autorización, auditoría, protección de amenazas y data masking.

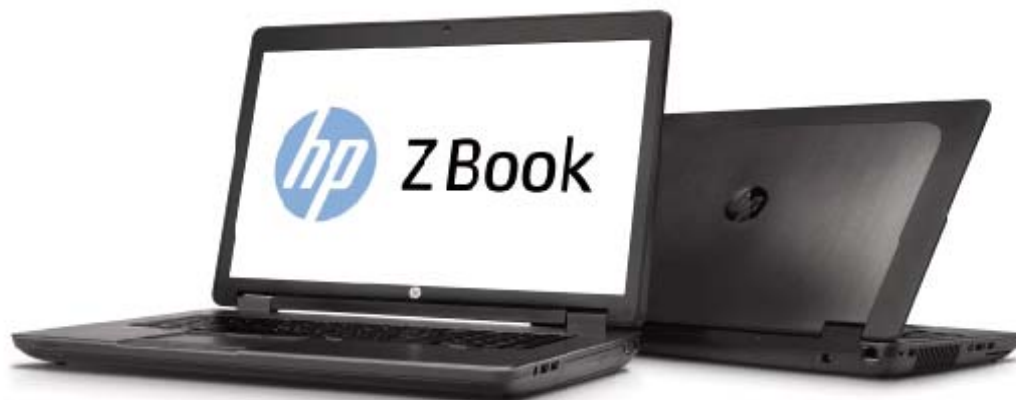
BARRACUDA NETWORKS: cuenta con una amplia gama de soluciones de seguridad y almacenamiento orientadas a proporcionar a corporaciones de todo tipo las más avanzadas y sofisticadas tecnologías sin comprometer por ello la usabilidad y sencillez de configuración y mantenimiento. Cabe destacar entre estas soluciones los appliances de antispam, filtrado web, firewall de nueva generación, balanceadores de carga (ADC), web application firewall (WAF), equipos integrados de backup y archivado de correo, sistemas de compartición de ficheros y firma de documental,... entre otros. La integración de dispositivos tipo appliance hardware, virtual on premises y en cloud (Azure y Amazon) y servicios en la nube permite que nuestras soluciones se adapten a las necesidades del cliente y no al revés. Asimismo, la disponibilidad de servicios de soporte 24x7 así como la garantía HW refresh (renovación gratuita de equipos con más de cuatro años de mantenimiento EU+IR contratado) en toda la gama dota a nuestros más de 150.000 clientes corporativos de todas las garantías necesarias para asegurar el funcionamiento óptimo de sus servicios IT.

SAMSUNG: Samsung acaba de presentar KNOX 2.0, la solución de seguridad avanzada para plataformas móviles y diseñadas para ofrecer una alta protección de los datos, a la vez que garantizar la privacidad de los trabajadores en las empresas. KNOX 2.0 ayuda a los departamentos de TI para que puedan gestionar sus estrategias de BYOD de una manera sencilla y cómoda. Desde que salió la primera versión de KNOX al mercado, en octubre de 2013, Samsung ha vendido más de 25 millones de dispositivos que incorporan esta solución de seguridad. A día de hoy, cuenta con más de un millón de usuarios activos.

HP ZBook 14

una Workstation Ultrabook exclusiva

HP	
Calle Vicente Aleixandre, 1. Parque Empresarial Madrid-Las Rozas 28232	
Precio	1.692 euros
Teléfono	902 010 349
WEB	www.hp.com
★★★★★	EXCELENTE
★★★★☆	MUY BUENO
★★★☆☆	BUENO
★★☆☆☆	ACEPTABLE
★☆☆☆☆	POBRE
TECNOLOGÍA	
★★★★★	IMPLEMENTACIÓN
★★★★☆	RENDIMIENTO
	



HP lo tiene claro con este equipo: es la primera Workstation Ultrabook del mundo. La estación de trabajo móvil más ligera de HP, un invento que tiene su público y que responde al nombre de HP ZBook 14. Su peso y potencia permite poder disponer de ella tanto en la oficina como en desplazamiento de trabajo, lo cual la hace muy práctica para un montón de tareas que precisan de esa movilidad.

Hablamos de ligera porque pesa poco más de kilo y medio y potente, ya que incorpora el procesador Intel Core i7-4600U con gráficos HD Intel 4400 (2,1 GHz, 4 MB de caché, 2 núcleos), optimizada para equilibrar la eficiencia energética y el rendimiento sólido, con gráficos discretos HD Intel 4400: AMD FirePro M4100 (1 GB de GDDR5 dedicado). La tecnología Eyefinity y los certificados ISV de la función gráfica AMD FirePro permiten ejecutar varias configuraciones de pantalla con una sola tarjeta de gráficos.

HP Performance Advisor configura el sistema con los controladores actualizados para ayudar a maximizar el rendimiento. Es

posible conseguir potencia total de gráficos cuando se requiera y mayor duración de la batería cuando se utilizan aplicaciones gráficas más claras. Es automático y sin discontinuidades con gráficos híbridos.

Todo está al alcance de la mano con una pantalla multitoque intuitiva de 10 puntos, retroiluminada LED HD+ SVA eDP antirreflejos (1600 x 900) de 35,56 cm (14") en diagonal y memoria de 500 GB hasta 750 GB SATA (7200 rpm), con un teclado y sumidero resistentes a salpicaduras. Panel táctil con botón de encendido/apagado, desplazamiento en dos sentidos, gestos, dos botones de selección y apuntador con dos botones de dispositivo adicionales, además de panel táctil con sensor de imagen y cámara web de 720p HD.

Incorpora el software integrado HP Remote Graphics Software (RGS) que permite colaborar, por ejemplo, con compañeros de trabajo o utilizar la potencia de servidores y estaciones de la oficina. Por lo que se refiere a la batería, incluye una de polímero de litio de 3 celdas de larga duración HP (24 Vatio-hora), que le da auto-

nomía de sobra para una jornada de trabajo.

Es posible realizar el mantenimiento de su hardware y piezas de actualización rápidamente Sin necesidad de herramientas. Transfiere datos y se conecta a los dispositivos rápida y fácilmente. Esta estación de trabajo portátil está equipada con varios puertos USB 3.0, DisplayPort 1.2 y una ranura para tarjetas multimedia.

La compañía asegura que durante el proceso de prueba total de HP, las estaciones de trabajo móviles experimentan 115.000 horas de pruebas de rendimiento, con las certificaciones ISV.

En cuanto a recursos para las comunicaciones, lo lleva todo: banda ancha móvil HP hs3110 HSPA+; banda ancha móvil HP lt4112 LTE/HSPA+ Gobi de 4 G Intel 802.11b/g/n; combinación de WiFi Intel Dual Band Wireless-AC 7260 802.11a/b/g/n (2x2) y Bluetooth 4.0; Combinación de WiFi Intel Dual Band Wireless-N 7260AN 802.11a/b/g/n (2x2) y Bluetooth 4.0;

WiFi Intel Dual Band Wireless-N 7260NB 802.11a/b/g/n (2x2).

A FAVOR:
Potencia y fiabilidad.

EN CONTRA:
Diseño mejorable



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.leclsa.com

INFORMÁTICA

El Corte Inglés

CONSULTORÍA TECNOLÓGICA · SOLUCIONES TIC · OUTSOURCING

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

ArrowSphere

ArrowSphere conecta a proveedores y resellers de servicios a través de un marketplace.

ArrowSphere – Arrow ECS

Paseo Imperial, 14 –
28005 Madrid - España

Precio
Consultar

Teléfono
+34 917 612 151

WEB
<http://sphere.arrow.com/es/>

★★★★★ **EXCELENTE**
★★★★☆ **MUY BUENO**
★★★☆☆ **BUENO**
★★☆☆☆ **ACEPTABLE**
★☆☆☆☆ **POBRE**

TECNOLOGÍA

★★★★★

IMPLEMENTACIÓN

★★★★☆

RENDIMIENTO

★★★★★



A FAVOR:

Abre la puerta a la creación y comercialización de todo tipo de servicios cloud, ya sean propios o de los principales proveedores del mercado desde un único punto de gestión y administración totalmente automatizados.

EN CONTRA:

Servicio disponible exclusivamente para miembros del canal de distribución de TI, ya sean VAR, MSP, ISV o integradores de sistemas.

Proporciona una solución de e-commerce, “Tienda Virtual”, totalmente personalizable, que permite incluir sus propios servicios, promociones, etc. Simplifica el contacto con proveedores de nube pública y privada, y cuenta con un amplio abanico de servicios en constante evolución y crecimiento, permitiendo adaptarse perfectamente a todas las necesidades del cliente final. Ofrece una gestión flexible del catálogo con el beneficio añadido de permitir incluir servicios profesionales propios, gestionar fácilmente las suscripciones, centralizar la facturación, gestionar las acreditaciones y mucho más.

ArrowSphere incluye formación específica en el uso de la plataforma como herramienta de venta así como formación continuada en los servicios disponibles. Y permite una elaboración y ejecución de un plan de negocio adaptado a los clientes y necesidades como por ejemplo; acciones de marketing, fondos para la generación de demanda, formación técnica y comercial en las soluciones seleccionadas, etc. Además de ser una herramienta de gestión de clientes y facturación de servicios en la nube, cuenta con un amplio portfolio de soluciones que complementan sus soluciones actuales y se adaptan a las necesidades de su cliente:

Infraestructura: permite hacer réplicas de ciertos servidores, cuenta con aplicaciones web, o realizar pruebas de concepto, alojándolas en infraestructura en la nube. Permitiendo tener la escalabilidad necesaria en el momento necesario, pagar únicamente por lo que está utilizando y reducir costes, y contar con acceso desde cualquier sitio.

Proveedores: Interoute, OpSource, Colt y NTT Communications.

Almacenamiento: el cliente podrá acceder a la información que necesita desde cualquier sitio con cualquier dispositivo. Además, los datos estarán protegidos y si se requiere, es posible tenerlos replicados para mayor disponibilidad en cualquier momento. Proveedores: Colt e Interoute.

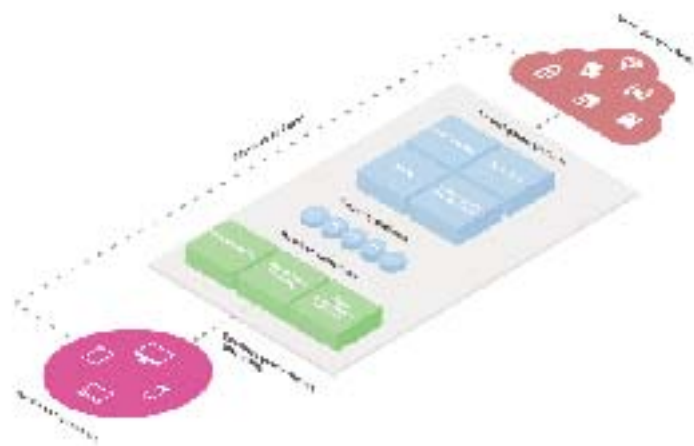
Backup: una solución ideal para portátiles y servidores. Permite hacer la selección de información que se desee respaldar, sin necesidad de software adicional y con una interfaz amigable para administradores y usuarios. Proveedores: Mozy.

Seguridad: los clientes necesitan estar protegidos contra amenazas web, de correo electrónico y de datos, pero también necesitan una solución asequible, suficientemente ágil para satisfacer sus necesidades cambiantes y de fácil administración para su personal de TI. Así como también muchas de las aplicaciones de los clientes necesitan un sistema de protección de identidades para aplicaciones web y así poder ofrecer conexiones seguras de cara a sus usuarios y la información

de la empresa. Con licenciamiento de pago por uso, se asegura al cliente la flexibilidad que necesita pagando sólo por lo que realmente está utilizando. Proveedores: McAfee, Websense y Symplified.

Colaboración: permite ahorrar tiempo, hacer más y mantenerse conectado con las herramientas de reunión y colaboración on-line. También ofrece un acceso sencillo a aplicaciones, puestos de trabajo y datos móviles, web/SaaS y Windows desde smartphones, tablets, PC y Mac con una excelente experiencia para el usuario y brindar asistencia a clientes y supervisar la tecnología de forma remota. Proveedores: Citrix y NTT Communications.

ArrowSphere cuenta con un módulo de utilidad clave como xSP Central, una valiosa herramienta que permite valorar y automatizar reportes de consumos mensuales, así como conocer los precios y características de los distintos programas de software de pago por uso existentes a día de hoy. Ha sido premiada como la Mejor Solución Cloud de 2013 en la conferencia MSPWorld, principal evento anual de Cloud y proveedores de servicios gestionados.



DiskStation Manager 5.0

Creé su Cloud personal sin límites



Interfaz de usuario renovada

La interfaz se ha renovada con claridad y simplicidad, ayudando a los usuarios a seguir adelante con sus trabajos al instante. El modo de alta resolución está disponible cuando se lanzó con HD Ultra o Retina® dispositivos de visualización soportado.

La integración Big Cloud al alcance de su mano

Sincronización bidireccional entre diferentes servidores NAS de Synology está disponible ahora con la introducción de la estación de la nube de cliente para DSM, ofreciendo la utilización eficiente de los datos así como redundancia de datos automatizada.

En cualquier momento y lugar acceso garantizado via QuickConnect de Synology

Servicio QuickConnect ahora es compatible con todas las aplicaciones móviles y la mayoría de los paquetes de Synology, ofreciendo en cualquier momento y en cualquier lugar sin conexión a la configuración compleja del router.

Experiencias multimedia y móvil optimizadas

DSM 5.0 sirve como centro de entretenimiento personal, que le permite mantener fácilmente todas sus fotos, videos, música y streaming de archivos multimedia para construir un ambiente de entretenimiento sin fisuras. Disfruta del contenido multimedia con las nuevas aplicaciones móviles.

Todos los Synology productos funcionan bajo Synology DiskStation Manager



DS214+



DS214Play



DS1513+



RS3614 x1+



José Manuel Petisco

director general de Cisco España
Premio BYTE TI a la personalidad del año

“CISCO SE CARACTERIZA POR ADELANTARSE A LAS TRANSICIONES DE MERCADO”

Es uno de los veteranos del sector. Tras siete años en el cargo, Petisco, premio a la personalidad del año otorgado por esta revista, no sólo ha sabido afrontar los retos autoimpuestos por la multinacional norteamericana sino que ha sabido hacerlo en un entrono altamente competitivo y muy afectado por la crisis económica. Como el mismo asegura, los siguientes retos de la compañía pasan sobre todo por Cloud, Movilidad, BYOD, Vídeo, Big Data, Seguridad e IoT.

Manuel Navarro Ruiz

PREMIO BYTE TI A LA PERSONALIDAD DEL AÑO, ¿QUÉ PORCENTAJE DEL PREMIO CORRESPONDE A SU EQUIPO?

Sin duda, la mayor parte del premio se debe al equipo humano de Cisco porque, sin él, Cisco España no hubiera alcanzado su situación actual. Cisco es una compañía donde el trabajo en equipo y la colaboración son fundamentales.

LLEVA CASI SIETE AÑOS COMO MÁXIMO REPRESENTANTE DE LA FILIAL DE CISCO EN ESPAÑA.

¿SIGUE ENCONTRANDO RETOS TRAS TODO ESTE TIEMPO?

Sí, continuamente, y eso es lo fascinante de mi trabajo. Cisco se caracteriza por adelantarse a las transiciones de mercado, proporcionando la tecnología necesaria para que las empresas y la sociedad puedan mejorar y avanzar. Cada una de esas transiciones -como el salto a la voz IP, la colaboración mediante vídeo o el Internet of Everything- suponen un gran reto.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA A CORTO PLAZO?

Seguir ayudando a empresas y Administraciones a adoptar las transiciones tecnológicas más importantes como Cloud, Movilidad, BYOD, Vídeo, Big Data, Seguridad e Internet of Everything. Son las organizaciones más pequeñas las que presentan una situación más desfavorable y Cisco cuenta con Cisco Capital

para ayudarles en la adopción de tecnología, de modo que puedan innovar y seguir avanzando.

ES EXTRAÑO ENCONTRAR EN EL SECTOR UN DIRECTOR GENERAL QUE AGUANTE TANTO TIEMPO EN EL CARGO, EN UN ENTORNO DE CRISIS PERMANENTE Y CON UNA COMPETENCIA FERROZ, SEÑAL DE QUE SU LABOR ES RECONOCIDA A NIVEL INTERNO. ¿QUÉ HA SIDO LO MÁS DIFÍCIL EN ESTE TIEMPO?, ¿LA CRISIS O LA COMPETENCIA?

La crisis. Aunque en Cisco pudimos minimizar su impacto mediante una reorganización previa y ahorrando costes en viajes mediante nuestras tecnologías de Colaboración, la crisis ha provocado que el presupuesto del Estado destinado al programa de I+D en el sector concreto de la Sociedad de la Información pasase de los 859 millones de euros destinados en 2012 a los 686 millones consignados para 2013 (caída del 20 por ciento).

UNO DE LOS RETOS MÁS IMPORTANTES A LOS QUE SE HA ENFRENTADO DESDE QUE ACCEDIÓ AL CARGO ES LA ESTRATEGIA UCS. UNA ESTRATEGIA QUE MUCHOS PENSABAN EQUIVOCADA PERO QUE CON EL TIEMPO SE HA VISTO TOTALMENTE ACERTADA. ¿QUÉ HA APORTADO CISCO? ¿POR DÓNDE IRÁN LAS NUEVAS INICIATIVAS?

La plataforma Cisco UCS ha transformado los centros de datos, facilitando la

unificación en un mismo sistema de componentes antes aislados (computación, redes, acceso al almacenamiento y virtualización). Es una simplificación radical que además aporta una gran agilidad a los negocios y, en tan solo cinco años, Cisco ostenta la segunda posición a nivel mundial y en España en servidores blade x86, según IDC. La próxima innovación es ACI (Application Centric Infrastructure), un modelo que permite a la red ser consciente de las necesidades de las aplicaciones para optimizar su rendimiento.

SMART CITIES E INTERNET DE LAS COSAS, PARECEN LAS DOS PIEDRAS ANGULARES DE CISCO PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS, ¿POR QUÉ ESTA APUESTA TAN FIRME?

El Internet of Everything (IoE) como lo denominamos en Cisco es la tercera revolución industrial porque va a cambiarlo todo, mejorando los procesos productivos de las organizaciones y generando enormes oportunidades de progreso para los países y la sociedad. Las smart cities ya están aplicando el IoE utilizando las redes de objetos conectados para ahorrar electricidad mediante iluminación inteligente, aprovechar el agua de lluvia o avisar a los conductores de las plazas de parking libres, avances en los que Barcelona es pionera pero que estamos aplicando en ciudades de todo el mundo.

La nube, un “trending topic” al alza

Son ya varios años en los que Cloud Computing o la nube como se la conoce popularmente, ha dejado de convertirse en una tendencia para pasar a ser una realidad. Sin embargo, las novedades en torno a ella siguen apareciendo, con lo que la tendencia sigue siendo permanente.

Por Manuel Navarro Ruiz

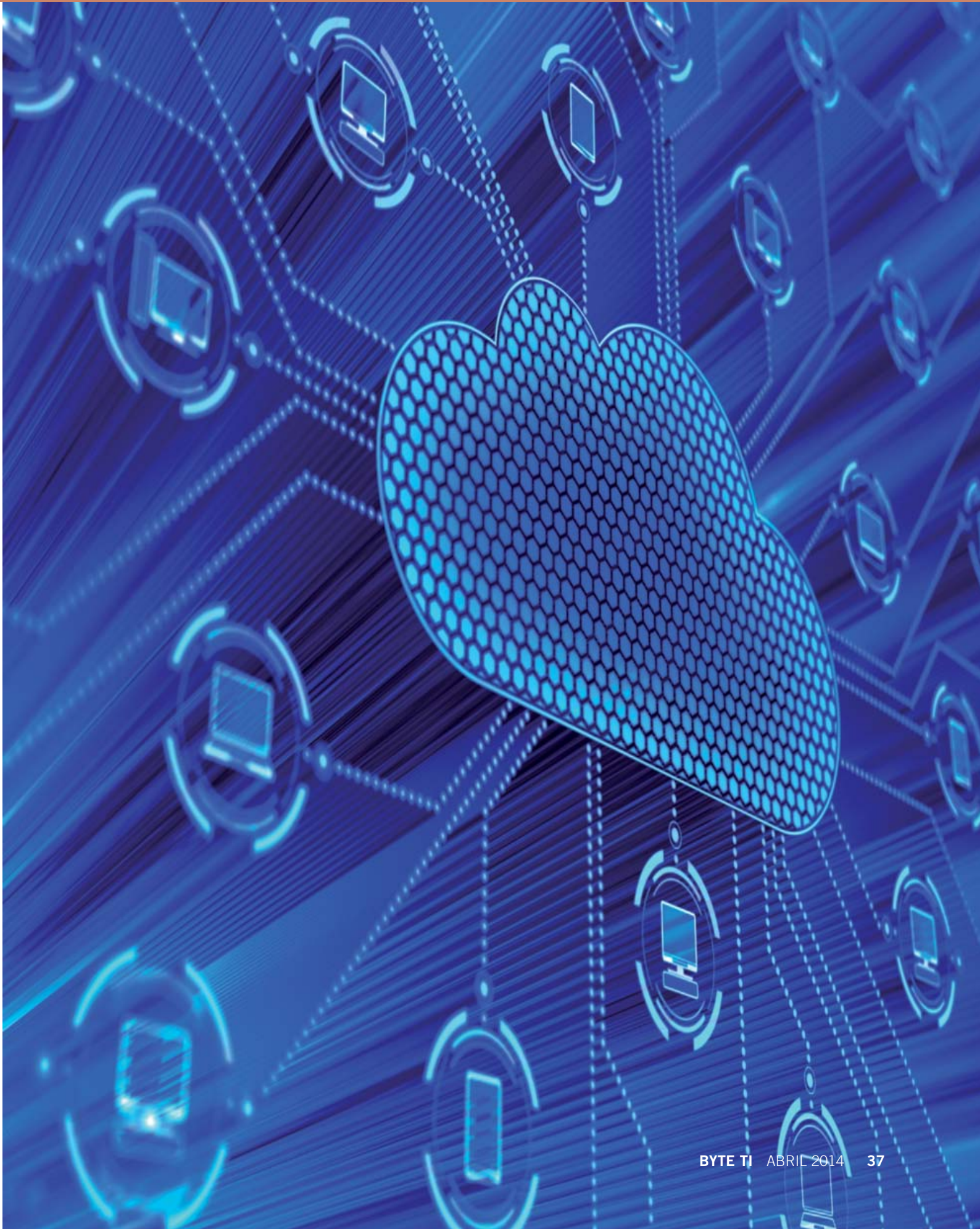
Ya no es una cuestión de empresa o de usuarios “techies”. La nube es algo que empieza a estar en boca del usuario corriente, que comienza a saber que servicios como DropBox o Gmail, se encuentran en la nube. Son muchos los que empiezan a enviar sus fotos a través de “We Transfer”.

Personas cuyo conocimiento de las tecnologías de la información es básico. Así que, si la sociedad ha aceptado con naturalidad los servicios en la nube, las empresas con más razón. Los motivos son varios: el principal, igual que sucede con los usuarios, es el ahorro de costes. Pero además, hay que añadir el del incremento de la productividad. Los servicios en la nube permiten a las empresas abaratar costes de software y formación para los empleados, ya que no existen desembolsos iniciales y se comercializan en modo de “pago por uso”. No tener que preocuparse por las actualizaciones de software es una ventaja competitiva. Esto permite disfrutar de la última tecnología sin emplear tiempo ni desembolsos adicionales.

Así que, poco a poco, la tendencia se ha ido convirtiendo en realidad y a su vez la realidad sigue siendo tendencia. Porque una cosa está clara, aunque la nube empieza a estar más que asentada, no es menos cierto que la cantidad de servicios que se suman de forma constante se produce casi diariamente. Pero, ¿cuáles son esas tendencias? Una de las compañías que más fuertemente está apostando por aprovecharse de las ventajas de la nube y ofrecérselas a sus clientes es Informática El Corte Inglés. En esta firma consideran que “las principales tendencias de la nube son, tecnológicamente avanzar en elementos de personalización para las empre-

sas, herramientas de integración con otros posibles sistemas, así como mejoras en la seguridad y el cumplimiento normativo de cada país. Y organizativamente, que los departamentos de TI de las empresas actúen como un proveedor de servicios propios y bróker de los de terceros para sus usuarios, avanzando en herramientas y metodologías para ello”.

La multinacional HP, por su parte, ya lleva varios años trabajando en proyectos que tienen como principal estrella a cloud computing. En este sentido, Mercedes Serrano, directora de Cloud de la multinacional norteamericana afirma que “cloud computing ha supuesto una auténtica transformación de los modelos de negocio, permitiendo mayores posibilidades de intercambio de información, optimizando los recursos existentes y facilitando una mayor flexibilidad de trabajo. Además, el cloud computing ha sido un factor clave en el desarrollo de las últimas tendencias tecnológicas. Por otro lado, el modelo de cloud híbrida está ayudando a que las empresas adopten más fácilmente los servicios cloud y, seguramente, es el modelo que está marcando el futuro del cloud computing”. Por su parte, Javier Martínez, Director Técnico de NetApp cree que “en la fase actual de los servicios en Cloud, nos encaminamos a la convivencia de las aplicaciones de tipo comercial en un entorno de cloud híbrido, donde algunas de las aplicaciones críticas quedarán en manos de los clientes en sus propios CPDs y otra parte, las de menor importancia o criticidad para la continuidad del negocio de sus empresas, pasarán a una solución de Cloud. De esta manera, vamos a la coexistencia de una cloud pública y otra privada. Es decir, un híbrido de soluciones”.

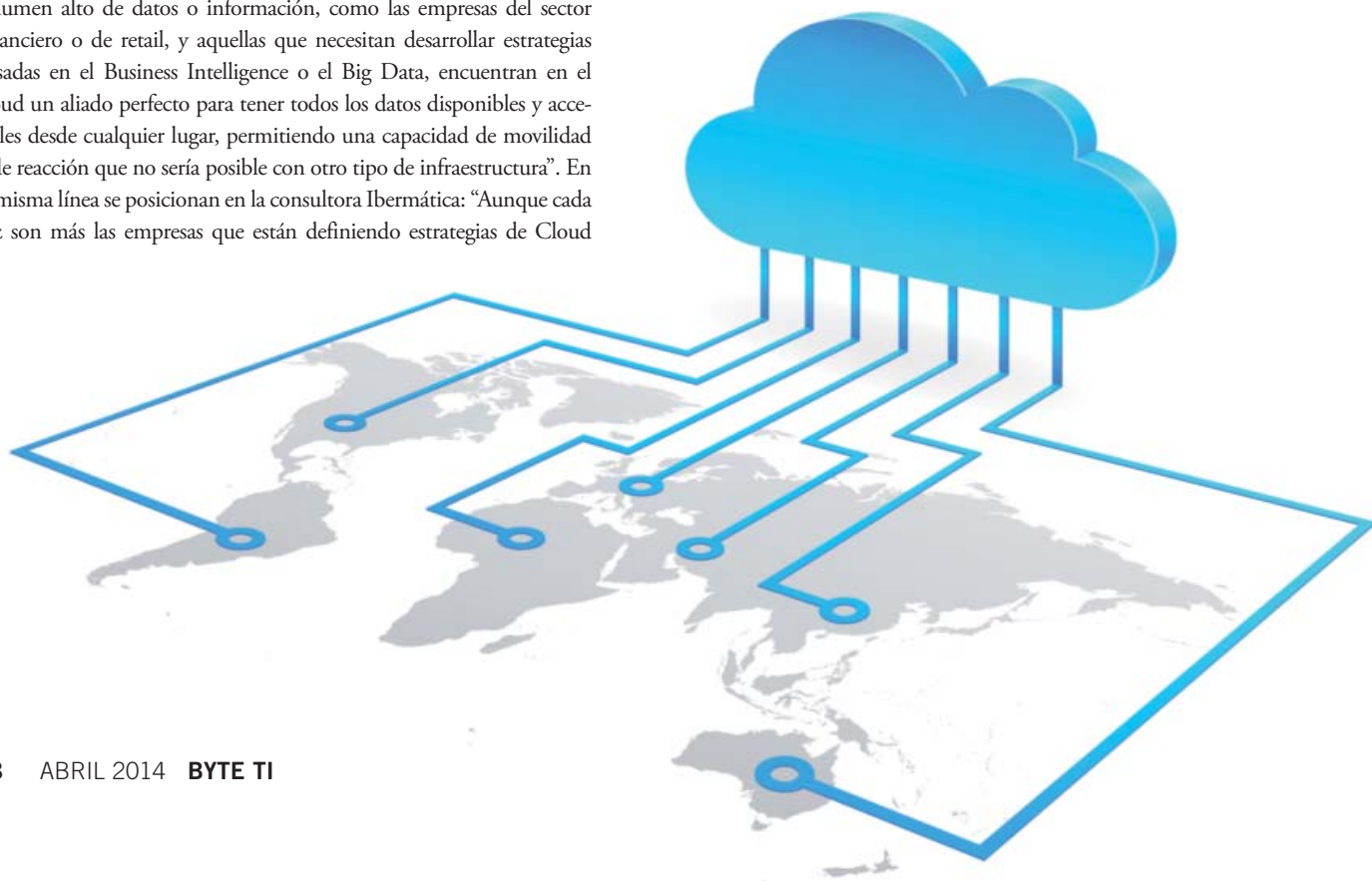


DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

A pesar del éxito de las soluciones en la nube y de que cada vez son más las empresas que están apostando por incorporar servicios cloud, no siempre se tienen claras cuáles son las necesidades, y bien por defecto como por exceso, son muchas las firmas que caen en la tentación de la moda cloud sin saber muy bien cuáles son las necesidades reales. En muchas ocasiones el obstáculo es el consejo directivo de una compañía el que hace que, normalmente guiándose exclusivamente por el ahorro de costes o por el retorno de la inversión a corto plazo, el que frena al CIO en sus pretensiones de apostar por un determinado proyecto. Si se produce esta situación, que es mucho más frecuente de lo que parece, a la larga, el coste será mayor y el supuesto ROI se habrá disuelto como un azucarillo. Porque la realidad es como apunta José María Lozano, Products & Services Senior Manager Small to Medium Business de Sage, “hoy el cloud está adaptado a todo tipo de compañía, desde las grandes corporaciones a las pequeñas empresas, todas pueden encontrar una solución Cloud a su medida”. Ahora bien, hay que saber escoger lo bien lo que se necesita, y en eso el CIO está perdiendo la voz en detrimento del CFO. Y es que el coste, tanto en cloud como en otros aspectos, sigue siendo el principal elemento a la hora de decantarse por un servicio determinado. Como aseguran desde Colt, “una buena parte de los departamentos TI de las empresas adoptan la tecnología cloud con un enfoque orientado a coste, o a ofrecer soluciones ya probadas. Además, las mejoras operativas derivadas de la implementación cloud, la disponibilidad de los datos, conseguir una mayor rapidez en la provisión de un servicio que puede llevar semanas o meses, y la escalabilidad que permite, son las principales palancas de adopción del cloud en las empresas. La adopción de la tecnología es recomendable, en los tiempos en los que nos encontramos, para empresas de cualquier naturaleza. No obstante, aquellas que manejen un volumen alto de datos o información, como las empresas del sector financiero o de retail, y aquellas que necesitan desarrollar estrategias basadas en el Business Intelligence o el Big Data, encuentran en el cloud un aliado perfecto para tener todos los datos disponibles y accesibles desde cualquier lugar, permitiendo una capacidad de movilidad y de reacción que no sería posible con otro tipo de infraestructura”. En la misma línea se posicionan en la consultora Ibermática: “Aunque cada vez son más las empresas que están definiendo estrategias de Cloud

Computing, no obstante aún son relativamente pocas en lo que se refiere a una estrategia global. Lamentablemente aún estas estrategias van enfocadas a entornos muy concretos o a servicios masivos y de menor valor como puede ser la mensajería. En cuanto al tipo de empresa, por suerte ya existen modelos que se adaptan a cualquier tipo de empresa, con independencia de su tamaño o tipo de negocio. El estado de madurez existente, hace que por ejemplo la Administración Pública apueste por el Cloud como es el caso del AM 27/12 en donde la administración usa Cloud Públicas y Privadas Virtuales para el alojamiento de sistemas y Web y que las Pymes puedan utilizar servicios de ERP y CRM que hasta hace muy poco solo se podían permitir una gran organización”. Por su parte, Cristina Caballé, Directora ejecutiva de Cloud de IBM afirma que “poco a poco las empresas están definiendo su estrategia cloud. Nosotros creemos que es recomendable para todas aquellas empresas que quieran innovar y transformarse para satisfacer las nuevas expectativas y comportamientos de los usuarios finales, que cada vez sean más exigentes y tienen más conocimiento y más posibilidades de acceder a la información y comparar antes de tomar una decisión de compra”.

Óscar Roncero, Experto en Soluciones Cloud de SAP cree que “el concepto de cloud y lo que entraña en términos de beneficios para las empresas y nuevas formas de hacer negocio, son muy válidos para cualquier tipo de compañía, pues es la propia empresa la que decide qué quiere poner en la nube. Evidentemente, una característica que atrae mucho a las pymes, por lo menos de forma inicial, es el ahorro que supone, pero que después deriva en la innovación, la flexibilidad y las múltiples posibilidades que ofrece la nube. En el caso de las grandes empresas, ocurre lo mismo, aunque quizá no por ese orden. La nube ha abierto un mundo de posibilidades y oportunidades inimaginables a los negocios que descubren que pueden operar mejor en menos tiem-



PRUEBA YA EL AUTÉNTICO SERVIDOR CLOUD

DESDE SOLO 35€/MES



Captura la imagen y descúbrelo.

**PRUÉBALO
GRATIS**

HASTA
50€
DE CONSUMO

www.arsys.es

arsys

po, potenciando nuevas conexiones antes limitadas por las aplicaciones tradicionales”.

Si hablamos de la nube, uno de los líderes es Amazon. En su división de servicios web, Amazon Web Services (AWS), prestan servicios tanto a grandes como pequeñas entidades. Y lo tienen muy claro: la nube es para compañías de todos los tamaños. Amazon Web Services cuenta con cientos de miles de clientes en más de 190 países, que utilizan la nube de muchas formas diferentes. Por ejemplo, sólo en España, cuentan con compañías del sector de viajes como Odigeo eDreams; clientes del sector educativo como el Instituto de Empresa; clientes del sector de los medios de comunicación como Prisa y Grupo Godó; y clientes del sector de los servicios financieros como Bankinter y MAPFRE.

Uno de los ejemplos más claros que presta Amazon Web Services se

da en el sector del comercio con clientes como Miquel Alimentació, que están aprovechándose de las ventajas que supone la nube de AWS. Tal y como asegura Antonio Alonso López, director general de Amazon Web Services para el sur de Europa, “Miquel Alimentació siempre busca nuevas formas de atender a sus clientes y nuevas formas de las que valerse de la tecnología para que sus clientes siempre gocen de la mejor experiencia de compra posible”. Y es que la compañía buscaba acelerar sus ciclos de comercialización mediante el uso de nuevas tecnologías y recurrió a AWS para su proyectos de desarrollo y testeo. Al valerse de AWS para sus proyectos de desarrollo y testeo, la compañía tiene la capacidad de arrancar entornos rápidamente, para luego desconectarlos con la misma rapidez. Esto ha permitido a Miquel Alimentació acelerar su innovación y poner sus nuevas aplicaciones en manos de sus consumidores más rápidamente. Al tratarse de un comer-

CÓMO AYUDA LA NUBE A MEJORAR LAS VENTAS... DE CAFÉ

Por Pilar Martínez Santa María, Directora de Cloud de SAP España y Portugal

Una de las áreas donde más se está extendiendo más el uso de soluciones cloud es la comercial o de ventas, sobre todo en el sector retail y de consumo. El cambio que se ha producido en el modo en el que se comportan los clientes, provocado por la aparición de las redes sociales y la extensión del uso de dispositivos móviles inteligentes está obligando a las empresas a buscar soluciones innovadoras con las que afrontar ese cambio. En esta Era Digital los consumidores exigen a las organizaciones nuevos canales con los que interactuar, más opciones y una mejor experiencia de compra, y estas tienen que conocer y entender mejor a sus clientes para lograr construir relaciones duraderas y proporcionarles una experiencia de compra increíble. A lo largo de este artículo analizaremos la utilidad de las soluciones cloud para ventas en el sector retail y estudiaremos el caso de éxito de un cliente de la envergadura de Nespresso, que ha dado el paso a la nube.

Nespresso nació en 1986 con el claro objetivo de que todo el mundo pudiera disfrutar de la taza de café perfecta. Casi 30 años después, la compañía ha logrado revolucionar el modo en que las personas disfrutan del café expreso y lo ha hecho porque ha sido capaz de entender a sus clientes y de ganarse su fidelidad. La compañía dio el paso a la nube con el objetivo de llegar a nuevos clientes, aumentar los canales de compra, mejorar las opciones de navegación

y la experiencia de compra de café, al equipar a los representantes de ventas, tanto para empresas como para consumidor final, con herramientas con las que entender mejor al cliente.

El resultado no ha podido ser más beneficioso: los consumidores finales y los de empresa han logrado la experiencia de consumo de café perfecta porque se les ha escuchado; la compañía ha aumentado rápidamente su penetración en nuevos mercados, ha conseguido mayores ventas, al tiempo que mejoraba la productividad de las mismas y la visibilidad del negocio. Ahora, dispone de una visión holística del cliente a través de todos los canales y sistemas y ha acelerado los ciclos innovación, por lo que es capaz de reducir el tiempo que tarda entre que escucha los gustos o necesidades del cliente y le proporciona el producto que está pidiendo.

Hoy en día, Nespresso ha establecido numerosos puntos de contacto con el cliente con el fin de interactuar con él y proporcionarle la mejor experiencia posible en el consumo de café. Y créanme que lo ha conseguido. Pero ¿qué es lo que tiene que tener una solución de gestión de ventas en cloud para el sector retail?

En primer lugar, tiene que asegurar que los comerciales se dirigen a los establecimientos adecuados para vender sus productos y que lo hacen en el momento oportuno con el fin de maximizar el ROI. Para ello es

fundamental que puedan disponer de la información adecuada sobre establecimientos, promociones y sobre compras con el fin de ser productivos e impulsar las ventas.

Para mejorar la experiencia del consumidor y poder escuchar sus necesidades, debe proporcionar a los directores de marketing y ventas la visión que necesitan y hacerlo en el momento oportuno para tomar las decisiones más acertadas a la hora de poner en marcha promociones, realizar mejoras en las campañas y ver cómo mejorar la experiencia de los consumidores en los establecimientos. Por último debe hacer posible la obtención de información en tiempo real sobre los establecimientos y los datos capturados en encuestas para tomar decisiones más ciertas sobre emplazamiento de productos, precios, empaquetado y promociones. Con todas estas prestaciones, las soluciones de ventas en cloud para el sector retail consiguen aumentar la productividad, mejorar la eficiencia, aumentar la efectividad y acelerar el ROI. A todas estas ventajas se unen, además, las propias de las soluciones cloud como la simplificación de la infraestructura informática, la reducción de los costes de mantenimiento, de energía, así como conocer de antemano los costes reales del uso de una solución. Sin duda, todo son ventajas, así es que ¿a qué espera para que su compañía pueda avanzar en este ámbito? Piénselo mientras disfruta de su café.

cio de tal envergadura, para Miquel Alimentació también resultaba importante implementar planes fiables y seguros para recuperar las operaciones de la compañía en caso de desastre. En el sector del comercio, los márgenes de beneficio son tan reducidos que las compañías se cuidan mucho de incurrir en costes innecesarios. En el caso del plan de recuperación operativa en caso de desastre de Miquel Alimentació, que pasaba por conformar una réplica de su infraestructura ya existente, los costes también fueron debidamente analizados por la compañía. Tras sopesar las diferentes opciones, entre las que se incluía instalar un segundo centro de datos y utilizar proveedores de housing, Miquel Alimentació optó por recurrir a AWS para sus sistemas de recuperación, por la alta inversión en seguridad que conlleva esta opción en relación al bajo coste de sus servicios. Actualmente, Miquel Alimentació cuenta con una copia en réplica de su infraestructura tecnológica instalada en la nube de AWS.

Ejemplos cómo este hay muchos pero viene al caso porque un proyecto bien estudiado garantiza un éxito y un incremento de la productividad que no tiene por qué convertirse en un retorno de la inversión inmediato. Este se logrará en el medio plazo, pero lo que sí se asegurará es que la eficiencia de la compañía y la flexibilidad se disparen. Y es que, como señala Juan J. Pradales, Director Digital Business & Innovation de IECISA, “gran parte de las grandes empresas o tienen definida su estrategia o lo están estudiando. Además con la velocidad de las innovaciones en el mundo cloud, la estrategia se encuentra en continua revisión/actualización. Es probable que para todas las empre-

sas es recomendable la adopción de este modelo, pero si tuviera que recomendar algún tipo especialmente diría que las compañías que están en expansión internacional, y las que quieren renovar algún sistema de información”.

¿Desde qué tipo de nube hay que prestar los servicios? Las clouds híbridas y privadas parece que hacen sentir a las empresas más seguras y son las que parecen que marcarán las tendencias del futuro. Por ejemplo, la portavoz de HP, afirma que “en HP creemos que todos los servicios serán entregados en el futuro a partir de un modelo de nube híbrida, empleando las distintas fuentes disponibles. De esta manera, las empresas podrán optar por modelos basados en la nube pública, privada o privada gestionada, según los requerimientos de un servicio concreto. Así, si tienen una nube privada, puntualmente podrán contratar servicios de nube pública para picos de demanda o para migrar aquellos servicios menos críticos, manteniendo los datos más críticos y el núcleo del negocio en sus propias instalaciones privadas”. Sin embargo no todos son de la misma opinión y, como señala el director general de Amazon Web Services, la nube privada no es más que un invento de los grandes y tradicionales actores del sector TIC para seguir manteniendo sus elevados márgenes de beneficio: “son muchas las compañías que ahora llaman a los servicios informáticos que ofrecen a través de sus centros de datos físicos como nubes “privadas”. Si nos fijamos, veremos cómo es la vieja guardia de entre las compañías tecnológicas la que está impulsando las tecnologías de nube privada. Estas compañías llevan 20 años operando con márgenes brutos de beneficio



de entre el 70 y el 80%. La computación en nube y el modelo que impulsamos desde AWS no constituye un negocio con márgenes brutos elevados. Se trata de un negocio de márgenes reducidos, por lo que constituye una gran amenaza para estas compañías. Creo que es precisamente por esto que están fomentando las nubes privadas; porque no altera sus negocios y aún les reportan altos márgenes de beneficio”.

CLOUD MÓVIL

Sobre la movilidad quienes más saben son los usuarios domésticos que han adoptado los servicios en la nube con total normalidad. De hecho, han sido en muchos casos, los que han obligado a las empresas a adoptar las mismas soluciones. Así que se puede afirmar que cloud y móvil, smartphones, tableta o portátil van de la mano. Rufino Honorato, CTO, Director de Preventa de CA Technologies, asegura que “Cloud y movilidad están totalmente ligados, pues en sí mismos los servicios móviles son básicamente servicios cloud donde las apps se consumen en cloud, el almacenamiento es cloud, la mensajería es un servicio cloud, etc. Tras unos años de cierta indecisión y con un mercado totalmente fragmentado, están surgiendo estrategias de movilidad empresarial que, ahora sí, son maduras y aportan gran valor a las compañías”. Otros como es el caso de Pere Vigo, Customer Services Director / R&D Director en UNIT4 Ibérica van más allá y afirman que “el modelo Cloud actual pasa irrenunciablemente por el mundo móvil, por lo que la mayoría de soluciones aportan Apps para el acceso a ciertas funciones, aunque no es habitual disponer de un acceso global a la solución desde dispositivos móviles. La tendencia actual es de crecimiento en las funciones/tareas que se pueden realizar en movilidad, permitiendo cada vez mayor acceso a las soluciones Cloud”.

Y es que, uno de los pilares que más necesitan los servicios de movi-

lidad es la disponibilidad de servicios en modo nube: tendremos acceso a aplicaciones y datos desde cualquier dispositivo en cualquier momento y geografía. Como señala Gloria Ugarte, Marketing Coordinator PRIMAVERA BSS, “a día de hoy, las aplicaciones colaborativas y de movilidad son las que están dando mayores pasos en entornos cloud computing. El mercado demanda cada vez más el acceso a información desde cualquier lugar, evolucionando hacia una mayor flexibilidad y movilidad. El auténtico valor de la nueva tecnología no es otro que la inmediatez en acceder a información de gestión en tiempo real lo que permite agilizar la toma de decisiones, evitar errores y minimizar los riesgos. El uso generalizado de dispositivos móviles, a través de los cuales es posible controlar el negocio desde cualquier lugar, aporta numerosos beneficios para áreas tan específicas como servicio al cliente, fuerza de ventas, trazabilidad en la entrega de productos, gestión de inventarios o gestión de rutas, pero también en términos generales ya que las empresas se benefician de un aumento de la productividad, reducción de costes, mayor calidad de servicio e incluso de la generación de nuevos modelos de negocio. La demanda generada por los usuarios obliga a los fabricantes a reforzar nuestra apuesta e inversión en soluciones de movilidad que faciliten el acceso a la información, no solo en los centros de trabajo, sino desde cualquier lugar y desde cualquier dispositivo. Por todo ello no es difícil entender por qué cloud y movilidad caminan de la mano, marcando tendencia en el sector de las TI”.

LA SEGURIDAD A ESCENA

Una tecnología que facilita la productividad, mejora la flexibilidad y supone importantes ahorros de costes tiene que tener algún pero y las compañías lo tienen claro: se llama seguridad. Al igual que sucedía





23 | 24 abril 2014

Centro de Convenciones Norte - IFEMA

SALA N100

Visión.2020
Cloud & Network Future
 Visión de futuro sobre la convergencia de personas, cosas, procesos y datos. Oportunidades de creación de valor y negocio en las organizaciones

SALAS N105 Y N106

Tendencias Tecnológicas
 Sesiones de conferencias sobre las últimas tendencias en despliegue de redes, infraestructuras en cloud, movilidad corporativa...

SALAS N107 A N111

Salas Específicas
 Talleres y salas específicas para la Administración Pública, PYMEs, Canal...

Tecnologías para construir una 'Sociedad Conectada', más globalizada y competitiva...

asLAN 2014 EXPO

Redes	Seguridad	Cloud	Comunicaciones
Movilidad	Gestión	Virtualización	Internet de las cosas
Centro de Datos	Aplicaciones	Almacenamiento	BigData

...accesibles a grandes y pequeñas organizaciones. Un mundo de oportunidades

www.congreso.aslan.es/InscripcionGratuita

Participa #asLAN2014

PATROCINADORES SALA VISIÓN 2020



PATROCINADORES SALA TENDENCIAS



PATROCINADORES SALAS ESPECÍFICAS



ORGANIZA



CELEBRACIÓN SIMULTÁNEA



Foro "Modelos de negocio en el entorno Big Data"



Nube sí, pero segura

Por David García Cano, responsable de Canal y Alianzas de Trend Micro para España y Portugal

Cloud o nube, tanto en sentido literal como en sentido metafórico, es un término etéreo. Desde el punto de vista tecnológico, cada vez estamos más familiarizados con este concepto que, por otro lado, está ganando terreno en nuestras vidas y en nuestros negocios.

Al amparo de la evolución tecnológica están surgiendo con más rapidez fenómenos y tendencias innovadoras. En algunas ocasiones estos avances no pasan de ser una moda, pero en otras, terminan por consolidarse para pasar a formar parte de nuestro día a día, bien sea porque nos facilitan la vida, nos aportan mejoras y ahorros en múltiples sentidos e, incluso, porque abren puertas a la innovación generando nuevas oportunidades de crecimiento y negocio para las empresas.

Este es el caso de la famosa nube. Aquí estamos ante una modalidad de uso de la tecnología que ha supuesto una revolución en la forma de hacer negocios y que, además, ha democratizado el acceso a determinados recursos tecnológicos a cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño o sector de actividad.

Pero para ser un poco más concretos a la hora de explicar qué es esto de la nube en términos de TI, podríamos decir que este concepto se utiliza para designar a los servidores que están en redes de empresas, fabricantes, operadores o proveedores de servicio que se dedican bien a ofrecer servicios propietarios de forma remota, o a almacenar los datos de clientes y dar acceso remoto a los mismos.

Estos servicios prestados desde la nube, y por extensión los datos que allí se alojan, hacen más cómoda, rápida, ágil y menos costosa la disponibilidad de nuevos productos, programas y soluciones tecnológicas sin que sea necesario instalar soluciones complejas en las redes, equipos o dispositivos móviles, ya sean corporativos o de uso personal como con el data center tradicional. Los proveedores de servicios consiguen suministrar todo esto con el objetivo de hacernos la vida más fácil y generar nuevas oportunidades de negocio con

empresas y particulares, consiguiendo mejorar sus niveles de competitividad y productividad.

Evidentemente, la nube aporta muchas ventajas, pero también tiene asociados unos riesgos, pues en la mayoría de los casos se está confiando información valiosa a terceros. Esto implica que el perímetro de la red se diluye, ya que desencadena la apertura a nuevos vectores de ataque y aumentan las capas de exposición debido a que el usuario, por lo general, no tiene todo el control de la información que deposita en la nube.

Pero a pesar de que todavía genera cierta desconfianza, afortunadamente, la tecnología y filosofía de la nube están siendo cada vez más comprendidas y aceptadas, gracias en parte a los avances en materia de seguridad cloud que están llegando al mercado para proteger ese bien tan preciado que es la información. Se trata, por tanto, de mantener la privacidad y la confidencialidad de los datos corporativos ubicados en la nube, a la vez que se cumplen las normativas legales pertinentes dentro de cada país y se mantienen alejados los peligros y posibles ataques.

Este nuevo escenario plantea la necesidad de pensar en una estrategia de seguridad innovadora que se asiente sobre la base de la defensa en profundidad y la ciberinteligencia en y desde la nube. Es un hecho que el crecimiento de servidores virtuales y cloud se ha convertido en una prioridad, así lo corrobora Gartner, cuyas previsiones indican que en un plazo no muy lejano, concretamente para 2016, el 71% de la carga soportada por los servidores será virtual; mientras que Forrester Research, por su parte, estima que el 90% de las grandes empresas y organismos gubernamentales utilizará la nube en 2015. Hablamos de un nuevo paradigma. Si la migración a la nube es una fuente de agilidad, control de costes y escalabilidad y una puerta de acceso a la innovación, entonces la pregunta que cabe responder es ¿cómo es de segura la nube y podemos confiar nuestros activos a ella a día de

hoy?

La respuesta es sí, pero hay que matizar que es importante cambiar de mentalidad, pues la seguridad tradicional no sirve en los entornos cloud. A medida que se migran datos y aplicaciones importantes a entornos virtuales y basados en la nube, también es lógico que la estrategia de seguridad deba evolucionar.

La nube realmente es diferente a las arquitecturas de prestación de servicios en Internet que teníamos hasta ahora. Difiere en su disposición y de manera crucial en su consumo. Las plataformas cloud son verdaderamente multi-tenant, permitiendo a los proveedores beneficiarse de enormes economías de escala y a los consumidores ahorrarse pagar por lo que utilizan, o lo que es lo mismo, facturación de recursos. La llegada y evolución de la banda ancha ubicua, de la oferta cada vez mayor de ancho de banda y la rápida evolución de la potencia de computación móvil se han combinado para llevarnos a un lugar donde tenemos acceso permanente a servicios y datos constantemente actualizados.

Hoy las empresas que apuesten por el cloud ya cuentan con plataformas tecnológicas dotadas de inteligencia y capacidad de análisis de grandes volúmenes de información que ofrecen protección avanzada y completa, y que están listas para combinar la seguridad de distintos entornos, ya sean físicos, virtuales o cloud. De este modo, se protegen las aplicaciones y los datos empresariales de filtraciones e interrupciones sin tener que aplicar costosos parches de urgencia, y todo de forma fácil y con una gestión centralizada. Igualmente, se garantiza el cumplimiento de las normativas y se acelera el retorno de la inversión de los proyectos en la nube.

En definitiva, la forma de hacer negocios ha cambiado y continuará haciéndolo, evolucionando hacia alternativas más flexibles y rápidas, con mejores capacidades de análisis y mayor efectividad para que el negocio ubicuo y en tiempo real sea posible; y aquí la nube ha llegado para quedarse.

cuando los primeros portales de comercio electrónico aparecían y los usuarios no se fiaban de dejar sus datos de la tarjeta de crédito, ahora tienen incertidumbre de alojar datos que son importantes para el funcionamiento de la compañía que no se sabe muy bien dónde pueden estar alojados. Pero, ¿realmente son preocupantes los riesgos que conlleva la nube? Las principales empresas del mundo de la seguridad han dado su opinión a BYTE TI. Así por ejemplo, Emilio Castellote, Director de canal de Panda Security asegura que “los proveedores que trabajamos con servicios desde la nube debemos contar con infraestructuras que sean, específicamente, a prueba de fallos, con componentes y líneas replicadas que garanticen la continuidad del servicio acorde al cumplimiento de los SLA recogidos en el contrato de acceso al servicio. Respecto a la seguridad de estas plataformas cloud, hemos de tener en cuenta que los niveles de seguridad aplicados en las mismas siempre utilizan la última tecnología disponible, con el mayor grado de redundancia posible y con un nivel de supervisión 24x7 que convierten a estas plataformas en estancias claramente más seguras que cualquier infraestructura local que pueda implementar una empresa de forma individualizada”. Por su parte, Francisco Verdugo, responsable del negocio de seguridad en Data Center y Cloud de Trend Micro, no duda en afirmar que “últimamente se están dando muchos casos de grandes empresas afectadas por Amenazas Persistentes Avanzadas (APT) o ataques dirigidos que han conseguido extraer datos confidenciales de sus servidores sin que esos usuarios se dieran cuenta de ello. Este tipo de amenazas y ataques se producen por no prestar atención al panorama del malware actual; los ataques son ahora dirigidos a víctimas específicas y debemos, además de aprovisionar nuestras máquinas con herramientas antimulware de última generación, protegernos de un modo especial si nuestra información está alojada en servidores remotos (nubes) que no vemos ni gestionamos nosotros”.

Acacio Martín, Director General de Fortinet, cree que “el riesgo adicional asociado a la seguridad de los datos en la nube es que la arquitectura de seguridad debe garantizar la naturaleza multi-usuario del trá-

fico de datos. Esto significa que dicha arquitectura debe tener capacidad para aplicar las políticas en el tráfico, dependiendo de su origen o destino. Asimismo, la tecnología de seguridad implementada para proteger la nube debe tener capacidad para separar el tráfico con el fin de evitar riesgos o accesos no autorizados. Una vez que el dato sube a la nube o a un centro de datos virtualizado, surgen nuevos retos de seguridad. Por un lado, la necesidad de mantener el control de los datos que fluyen entre máquinas virtuales. Los dispositivos tradicionales basados en hardware no tienen el control de los datos dentro de la nube, por lo que se requieren dispositivos de seguridad virtuales para inspeccionar y proteger los datos en un entorno virtualizado. Por otro lado, los entornos cloud y los centros de datos por su diseño requieren actualizaciones regulares de su arquitectura de seguridad para garantizar su protección. A pesar de los esfuerzos de los proveedores cloud para mantenerse actualizados frente a las nuevas amenazas, una sencilla vulnerabilidad tipo zeroday podría comprometer los datos de cada usuario y máquina conectada a la red de proveedor cloud. Para evitar este riesgo, los proveedores de cloud tienen que confiar en compañías expertas en seguridad que les proporcionarán las actualizaciones necesarias y una red inteligente para identificar y actuar frente a estas amenazas antes de que afecten a su nube. Por todo ello recomendamos a aquellas compañías que estén planteándose migrar su información a la nube que se asesoren y busquen una compañía de referencia en esta área que les garantice un SLA también en materia de seguridad”. Por su parte, el portavoz de CA Technologies cree que “nuestros servicios ofrecidos en la nube proporcionan unos niveles de disponibilidad y rendimiento muy elevados, incluso en aquellos servicios gratuitos o de bajo coste, como Gmail, DropBox, etc. Si comparáramos los ratios de disponibilidad y rendimiento de los servicios internos de correo electrónico ofrecidos por los departamentos de TI con el servicio en la nube, probablemente nos llevaríamos muchas sorpresas interesantes. Sin embargo, es posible que se produzcan caídas. En lo que respecta a la seguridad en la nube, en los últimos años se han producido importantes avances, sobre todo en la manera de entender la



seguridad. En la era cloud basada en APIs abiertas, donde las compañías están girando hacia el concepto de la empresa abierta, la seguridad ya no se basa en proteger un perímetro, sino en nuevos conceptos donde la identidad es el nuevo perímetro, la seguridad debe ser adaptativa, la información de las empresas se debe publicar en Internet mediante APIs seguras y los servicios de seguridad basados en SaaS no son únicamente una opción sino una gran oportunidad de negocio”.

Es en el despliegue donde hay que hacer especial énfasis. Y es que, como afirma David Carvajal, Director Técnico de DEYDE Calidad de Datos, “un correcto despliegue de Cloud Computing requiere de una infraestructura de alta disponibilidad o de redundancia de acuerdo a la criticidad de servicio que contiene. Un fallo en la nube, si se dispone de la infraestructura de respaldo adecuada, puede resultar menos crítico y de menor impacto que un fallo en la arquitectura tradicional. El tiempo de respuesta ante ese fallo, en un arquitectura de Cloud puede ser mucho menor que en una arquitectura tradicional. Es importante señalar además, que el montaje de una infraestructura redundante en

Cloud resulta de menor coste que en la arquitectura tradicional”.

La seguridad al 100% no está garantizada pero en la mayoría de los casos basta con el sentido común para confiar en un servicio o en otro. Como apuntó Castellote de Panda Security, “Las ventajas de las soluciones cloud son evidentes, pero también es cierto que son muchos los que todavía cuestionan riesgos relativos a la custodia de la información por los proveedores de servicios en la nube. A este respecto hay que decir que todavía se está trabajando en la estandarización necesaria para unificar las normas y niveles de servicio que los proveedores deban facilitar, pero podemos decir que siempre que busquemos servicios en la nube encontraremos una gran oferta y con una diferencia de costes importantes. La recomendación que podemos dar es comprobar el cumplimiento de las normativas vigentes de la plataformas Cloud respecto a custodia de datos según LOPD, y que evitemos en la medida de lo posible trabajar con aquellos proveedores de procedencia incierta, con tarifas muy bajas y que no puedan ubicar la existencia de sus plataformas en el contexto de aplicación de la LOPD”.

MANTENER LA SEGURIDAD DESDE LA NUBE

Por Emilio Castellote , director de canal de Panda Security

Desde Panda Security siempre hemos apostado por Cloud como modelo de negocio. Según el último informe de Gartner, enero de 2014, Panda Security es el primer fabricante en comprometerse plenamente con el desarrollo de servicios de seguridad para la protección del endpoint basados en la nube. Además, según este mismo informe, Panda Security ha evolucionado desde el cuadrante de Jugadores de Nicho hasta el de Visionarios. En este sentido, destaca Panda Advanced Protection Service (PAPS), un servicio gestionado capaz de proteger aplicaciones, sistemas operativos y datos con un grado máximo de seguridad. Este nuevo servicio para el control de aplicaciones plantea un modelo disruptivo para la empresa en el que sólo se ejecuta lo que es seguro, reduciendo la ventana de oportunidad para el malware a cero. Por otra parte, acabamos de lanzar también una solución 100% basada en la nube que aún en una misma plataforma seguridad, gestión y soporte. Se trata de una solución integrada para proteger, administrar y ofrecer soporte remoto a todos los dispositivos del parque informático, incluyendo móviles y tablets. Su nombre es Panda Cloud Fusion y cubre todas las necesidades de una gran empresa sin requerir mantenimiento ni inversión en infraestructuras. Las

grandes empresas también necesitan soluciones cloud. Precisamente para este tipo de empresas Panda Security ha lanzado una nueva solución: Panda Cloud Fusion, que es capaz de cubrir desde una única plataforma sus necesidades de gestión de amplios volúmenes de dispositivos, así como de proporcionar un servicio de soporte muy avanzado y seguro. Con esta solución ofrecemos una nueva forma de combinar seguridad, gestión productiva, soporte en una única solución.

Panda Cloud Fusion es accesible desde cualquier lugar y en cualquier momento, permitiendo a las empresas a través de un simple navegador web:

- Ofrecer una máxima protección contra el malware gracias al sistema de Inteligencia Colectiva de Panda Security y a la tecnología Anti-Exploit para la protección frente a amenazas desconocidas. Minimiza vulnerabilidades y evita la pérdida de datos en teléfonos y tablets.

- Ahorrar costes mediante la optimización del funcionamiento de las infraestructuras TI gracias a la automatización de la gestión y al control centralizado, que va a permitir a las empresas una visibilidad permanente de todos sus activos de hardware y software, incluyendo también tablets, móviles y equipos portátiles.

- Ofrecer la mejor experiencia de soporte al usuario con una resolución proactiva de los problemas y el acceso remoto no intrusivo a sus dispositivos, estén donde estén.

Por otra parte, destaca también Panda Advanced Protection Service (PAPS), un servicio gestionado capaz de proteger aplicaciones, sistemas operativos y datos con un grado máximo de seguridad. Este nuevo servicio para el control de aplicaciones plantea un modelo disruptivo para la empresa en el que sólo se ejecuta lo que es seguro, reduciendo la ventana de oportunidad para el malware a cero. Una de las principales características diferenciales de PAPS es que se trata de un servicio especializado en función de las necesidades 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 nuestro sistema de Inteligencia Colectiva, nos han permitido calificar más de 1.200 millones de aplicaciones como malware o goodware. Circunstancia que, unida al empleo de características de comportamiento, nos permite predecir la fiabilidad de aplicaciones ejecutadas en el endpoint con un grado de acierto máximo.



Un Software de

talento

Smartphones con pantallas XXL





Los smartphones se han convertido en un dispositivo imprescindible para toda clase de usuarios, desde los que poseen un perfil orientado al mercado de consumo hasta los que los utilizan como una herramienta más de trabajo. En cualquier caso, las firmas están potenciando sus prestaciones multimedia y mejorando las configuraciones técnicas de sus propuestas. Las pantallas merecen especial atención ya que cada vez son de mayor tamaño y su calidad de imagen excelente.

Según estudios de Samsung, un 45% de los usuarios afirma que su primera intención de compra son los terminales con pantalla de más de cinco pulgadas. En este sentido, la tendencia en teléfonos móviles es brindar al consumidor dispositivos con paneles de gran tamaño que permitan desenvolverse cómodamente a través de sus diferentes opciones de menú. Asimismo, la tecnología táctil se ha generalizado para que el usuario interactúe y se relacione con su terminal de manera más cómoda, sobre todo cuando navega por Internet, consulta el correo

electrónico o actualiza su perfil en las redes sociales.

Los smartphones disponibles en estos momentos en el mercado se caracterizan por ser dispositivos que conjugan perfectamente la parte profesional con la de ocio, sobre todo si atendemos a las características que incorporan su cámara principal. Asimismo, conviene tener en cuenta que los fabricantes ya han empezado a incorporar a sus catálogos terminales compatibles con la telefonía de cuarta generación, y que las configuraciones técnicas por las que apuestan permiten disfrutar de la multitarea y la posibilidad de ejecutar más de una aplicación a la vez.

Acer Liquid E3

Funciona con Android 2.2, aunque la firma tiene prevista su actualización a la versión 4.4 de este sistema operativo. Acer Liquid E3 introduce, además, una nueva interfaz de usuario más atractiva visualmente y una aplicación llamada AcerFloat que mejora los procesos multitarea.

Uno de los últimos terminales que ha incorporado la firma taiwanesa a su portafolio de producto es el modelo Liquid E3. Presenta un diseño unibody (o de una sola pieza) de 8,9 milímetros de grosor y 135 gramos de peso. Además, este diseño es curvo, lo que permite que se sujete de forma bastante cómoda tanto si colocamos el teléfono en formato horizontal como vertical.

La primera característica reseñable es su pantalla. De alta definición y con un tamaño de 4,7 pulgadas, dispone de tecnología IPS que, entre otras ventajas, concede un ángulo de visión más amplio y una imágenes con colores más vivos. Si profundizamos en sus especificaciones técnicas, encontramos que el smartphone Acer Liquid E3 ha sido dotado de un procesador Quad Core de 1,2 GHz, una memoria interna de 1 Gb y una capacidad de almacenamiento interna. Como sistema operativo, utiliza Android 4.2.2 y tampoco falta la función GPS y un módulo de comunicaciones W-Fi para conectarse a Internet, características ya habituales en este tipo de dispositivos móviles.

En cuenta que los terminales se utilizan cada vez más como cámaras de fotos, los fabricantes están potenciando esta prestación en sus propuestas. En este caso, la



cámara frontal es de 2 megapíxeles y tiene flash LED. Por su parte, la cámara trasera incluye un sensor de 13 megapíxeles y ofrece enfoque ultrarrápido; así, con el procesamiento de imágenes de alta velocidad, las instantáneas tomadas con poca luz saldrán bien y con un buen nivel de brillo. Esta cámara trasera, asimismo, posee una lente f1.8 y flash que optimiza la calidad de los retratos en las distancias cortas y que podemos combinar con la tecla AcerRAPID. Y como también se ha incorporado un altavoz (está ubicado en la parte frontal) con tecnología DTS

Studio Sound, el sonido que registra al grabar vídeos se muestra claro y nítido.

En otro orden de cosas, Acer Liquid E3 ha sido provisto de la interfaz de usuario AcerFloat, gracias a la cual (y como las ventanas de las aplicaciones permanecen abiertas) es posible realizar varias tareas sin tener que cerrar de manera obligatoria una aplicación para trabajar en otra. En este caso, y con sólo presionar una tecla, accedemos al menú Float Apps, que muestra las aplicaciones en un fondo translúcido que flota sobre las funciones que se están utilizando. Por su parte, la notifi-

cación Float Caller evita que los usuarios sean interrumpidos por llamadas entrantes: cuando entra una llamada, Float Caller lanza una pequeña ventana y es aquí donde decidimos si responderla o contestarla con un mensaje rápido.

La interfaz Liquid, presente en otros teléfonos de la marca, también ha sido renovada. Ahora presenta un nuevo estilo visual y sus iconos han sido diseñados para una mejor experiencia de uso. Otra de sus aplicaciones a destacar es Acer SnapNote con la que es posible capturar presentaciones al momento con correcciones automáticas de ángulo y conversión a PDF/PowerPoint, por lo que tomar notas durante una reunión de trabajo será más fácil. Para finalizar, indicar que este teléfono soporta AcerCloud, la solución gratuita para compartir archivos y gestionar contenidos multimedia que permite a los usuarios acceder, disfrutar y enviar sus ficheros a través de múltiples dispositivos, incluyendo una copia de seguridad automática de sus fotos en otros aparatos conectados.

Acer

Calle Disseny, 3-5. 1ª Planta
08850 Gava (Barcelona)

Teléfono: 902 20 23 23

Web: www.acer.es

Precio: 199 euros



SOLUCIONES DOCUMENTALES SOSTENIBLES Y EFICACES.

Los costes de producción siempre están infravalorados. Los Servicios Documentales Gestionados de KYOCERA Document Solutions (MDS) reducen este factor de coste hasta un 30%**.

Ya sea hardware, software o los flujos de trabajo, encontraremos los puntos clave de sobrecoste de su empresa y desarrollaremos una estrategia de optimización ad-hoc. Para mayor efectividad, MDS se puede combinar con nuestra TASKalfa 5551ci, ofreciendo el máximo nivel de productividad de 50 páginas/minutos a color y 55 en blanco/negro, una calidad de imagen superior, una memoria RAM de 3,5 GB de serie y amplia flexibilidad en formatos de papel admitidos.

*ALL Associates Group **Protetto Group

KYOCERA Document Solutions España, S.A. - www.kyoceradocumentsolutions.es

KYOCERA Document Solutions, Inc.



Asus FonePad Note 6 (ME560CG)

Integra una pantalla de alta definición de 6 pulgadas y gracias a su conectividad HSPA+ 3G es posible realizar llamadas de teléfono. El usuario también puede interactuar con este modelo a través del lápiz stylus con el que se comercializa.

El modelo elegido por Asus para esta comparativa forma parte de una nueva hornada de teléfonos inteligentes conocidos como phabets, es decir, dispositivos que combinan las capacidades y las funcionalidades de los móviles y las tabletas. Estos dispositivos, asimismo, se caracterizan por incorporar pantallas cuyo tamaño oscila entre las 5 y las 7 pulgadas. La presencia de un stylus o lápiz digital también suele ser habitual.

Con un acabado satinado y un diseño ergonómico que se adapta a la forma de la mano del usuario, el phabet Asus FonePad Note 6 incluye una pantalla multitáctil retroiluminada por LEDs de 6 pulgadas y 1.920 x 1.080 píxeles de resolución, así como un stylus que permite interactuar cómodamente con ella y sacar el mayor rendimiento a aplicaciones como SuperNote: esta herramienta permite tomar notas, garabatería o insertar diferentes contenidos a los documentos que tiene abierto el usuario. Otro dato a indicar de esta pantalla es que incluye tecnología Super IPS+ que proporciona mayor calidad de imagen y ángulo de visión.

Asus FonePad Note 6, que pesa 210 gramos, es un dispositivo Android con conectividad HSPA+ 3G para realizar llamadas de teléfono. Su

hoja de características técnicas está encabezada por el procesador Intel Atom Z2580 de doble núcleo y 2 GHz, así como una memoria RAM de 2 Gb y una capacidad de almacenamiento disponible en los siguientes tamaños: 16 Gb y 32 Gb.

Como complemento, el usuario tiene a su disposición en el espacio Asus Webstorage una capacidad de almacenamiento adicional de 5 Gb.

A estas prestaciones se añaden dos cámaras (la frontal es de 1,2 megapíxeles y la trasera de ocho megapíxeles), altavoces estéreo con SonicMaster, tecnología Wi-Fi (802.11 a/b/g/n) y Bluetooth 3.0 + EDR. En el capítulo de las conexiones, el phabet posee un jack de audio para auriculares y micrófono, una ranura para tarjetas microSD compatible con modelos de hasta 64 Gb, un puerto microUSB y una ranura para tarjetas microSIM. Su batería brinda hasta 17 horas de conversación 3G y 7 horas reproduciendo vídeo 720p.

Para finalizar, queremos hablaros de la aplicación My Library. Se trata de un espacio que se utiliza para almacenar y reproducir los libros favoritos del usuario, el cual, con la ayuda del lápiz stylus que se incluye, también permite subrayar contenidos, garabatear notas y guardarla



o compartirlas. Además, destaca la función del diccionario que permite traducir y consultar la aplicación de cualquier texto. En otro orden de cosas, y para mantener la productividad, es posible recibir todos los correos electrónicos de las diferentes cuentas de correo en una sola aplicación. La aplicación Calendario resulta bastante completa y el navegador posee nuevas funciones para una navegación más intuitiva: Smart Reflow, por ejemplo, mantiene los contenidos enfocados aunque nos acerquemos o alejemos y Smart

Reader muestra todas las páginas bajo una nueva luz. Por su parte, la nueva función AO Link conecta todos los dispositivos móviles que tengamos, administrando los datos entre ellos. Así, es posible sincronizar estos datos en la nube vía Wi-Fi/DLNA o mediante una cuenta de usuario Asus.

Asus Ibérica S.L.

Calle Plomo, números 5-7
08038 Barcelona

Teléfono: 902 889 688

Web: www.asus.com

Precio: 349 euros

HTC One

Fabricado en un único cuerpo de aluminio, el usuario lo puede utilizar con redes LTE. Además, las prestaciones que ofrece su cámara principal permiten transformar las imágenes en pequeñas películas caseras.

Nos encontramos ante un móvil que presenta un exquisito acabado plateado que no pasa desapercibido. Además, ha sido fabricado en un único cuerpo de aluminio que se adapta cómodamente a la mano y que, gracias a su tecnología de antena, permite obtener una buena recepción de la señal. HTC One, asimismo, se suma a la moda de los dispositivos móviles con sistema operativo Android y está preparado (al igual que otros terminales de esta comparativa) para operar en redes LTE y disfrutar de una navegación más rápida.

Con una pantalla Full HD de 4,7 pulgadas que es resistente a los arañazos y que reduce los reflejos, la primera de las novedades que destacamos es HTC BlinkFeed. Se trata de una pantalla de inicio personalizada en tiempo real que reúne y muestra todo el contenido que puede interesar al usuario sin necesidad de acceder a ninguna aplicación específica: actualizaciones en redes sociales, contactos, entretenimiento, noticias, fotografías... De igual forma, reúne las últimas noticias e informaciones procedentes de las fuentes más interesantes y destacadas sin necesidad de desplazarse a un determinado sitio web.

Su configuración técnica permite determinar que el modelo promete un buen rendimiento y una respuesta fluida



al ejecutar cualquiera de las tareas a ejecutar. Funciona a las órdenes de un procesador de cuatro núcleos Qualcomm Snapdragon de 1,7 GHz y una memoria RAM de 2 Gb de tamaño. Pero lo que más interesante nos ha parecido de esta configuración son las características que proporciona su cámara UltraPixel de la mano HTC Zoe, la cual permite tomar fotografías en alta resolución que cobran vida en fragmentos de tres segundos de duración. Luego, estos momentos se muestran de una forma diferente transformando la tradicional galería de imágenes en una galería en movimiento. A su vez, es posi-

ble crear películas automáticamente integrando lo más destacado de cada acontecimiento con música, transiciones y efectos. El estilo y el contenido de estos vídeos luego pueden editarse para compartirlos a través del correo, las redes sociales u otros servicios. Para ofrecer esta novedosa opción, HTC ha desarrollado una cámara a medida que incluye una lente $f/2.0$ y un sensor avanzado con ultrapixels que capta un 300% más de luz que los sensores tradicionales de las cámaras que poseen normalmente los teléfonos móviles.

Este nuevo enfoque también tiene un rendimiento

mejorado en escenas con poca luz. La cámara HTC UltraPixel añade otras prestaciones interesantes como panorámicas de 360°.

HTC One también ha sido equipado con BoomSound (un doble altavoz frontal estéreo con un amplificador dedicado) y HTC Sense Voice que aumenta el volumen y la calidad de las llamadas en los ambientes ruidosos pudiendo escuchar la conversación alta y clara.

HTC Iberia S.L.

Avda. de la Industria número 4,
Natea Business Park. Edif. 3, 3D
28108 Alcobendas, Madrid

LG G Flex

El primer teléfono curvo de la firma coreana incorpora una pantalla de seis pulgadas y 1.280 x 720 píxeles de resolución. Este diseño novedoso le permite ofrecer una experiencia de uso completamente diferente, destacando también su capacidad de auto regeneración que corrige los rasguños del día a día.

Tras varios meses hablando de este teléfono, y coincidiendo con unos días antes de que arrancase en Barcelona el Mobile World Congress, LG presentaba en nuestro país el terminal G Flex. ¿Su principal cualidad? Tanto la forma como los componentes son curvos. En concreto, sigue una curvatura vertical que se adapta a la forma del rostro para conseguir que al hablar se consiga una mejor proyección de la voz porque la distancia entre el micrófono y la boca es más corta. Mientras tanto, y adoptando una posición apaisada, el terminal proporciona una experiencia de visionado que resulta envolvente y panorámica al adaptarse a la forma natural del ojo humano.

Con esta carta de presentación, el primer elemento del que tenemos que hablar es su pantalla curvada de seis pulgadas, un tamaño que sitúa al dispositivo G Flex en la categoría de los 'phabet'. Tecnológicamente hablando, esta pantalla incorpora tecnología P-OLED y un sistema de calibración de color llamado Real RGB HD que brinda colores vivos y naturales; en este sentido, esta calidad de visionado se refuerza con la función Quick Theater para un acceso rápido a los vídeos, las imágenes y el portal YouTube. Por su parte, la opción



El primer elemento del que hay que hablar es su pantalla curvada de 6", un tamaño que sitúa al dispositivo G Flex en la categoría de los 'phabet'

Pantalla Dual divide la pantalla en dos, lo que permite utilizar aplicaciones independientes a la vez.

Su batería ensamblada requiere, asimismo, una mención especial ya que cuenta con un diseño curvo y una alta capacidad que se sitúa en 3500 mAh, características que no han afectado a su estilizada forma y fino grosor que oscila entre los 7,9- 8,7 mm.

Otra de las características interesantes de esta propuesta es que su estructura es resistente e incluye un sistema es-

pecial que al auto regenerarse corrige los rasguños producidos por el uso cotidiano. El teléfono LG G Flex también ha sido dotado de un sistema de notificación de llamadas urgentes: así, y cuando el usuario recibe varias llamadas de un mismo número en un intervalo de tiempo muy corto, el color del LED del botón trasero cambia.

En otro orden de cosas, y siguiendo la estela del terminal LG G2, la última gran apuesta de la coreana añade a sus prestaciones el botón tra-

sero Rear Key que sirve para bloquear o desbloquear el dispositivo. Así, y al situar las teclas principales en la parte trasera del teléfono, se proporciona un mayor control, ya que es ahí donde generalmente se pone el dedo índice. Además, cuando el LG G Flex está boca arriba, no hay necesidad de levantarlo para presionar el botón de encendido en la parte posterior. Con la funcionalidad Knock ON es posible encender y apagar la pantalla con sólo tocarla dos veces.

El LG G Flex posee una cámara principal de 13 megapíxeles de resolución y funcionalidades como la iluminación del botón trasero cuando se detecta una cara con el modo de enfoque Detección de cara activado. De esta forma, se obtienen fotos más precisas, ya que la persona a la que se hace la foto sabe cuándo está enfocada al 100% y se va a tomar la imagen. Con una memoria interna de 32 Gb y un procesador Qualcomm Snapdragon 800, puede utilizarse con redes 4G.

LG Electronics España

Calle Chile, número 1
28290 Las Rozas (Madrid)

Teléfono: 902 500 234

Web: www.lg.com/es

Precio: 799 euros libre (también disponible con planes Vodafone)

Nokia Lumia 1520

El teléfono Lumia 1520, que funciona con Windows Phone 8 y puede utilizarse en redes LTE, inaugura dentro del portafolio de la finlandesa una nueva categoría de dispositivos móviles caracterizada por sus pantallas de gran formato.

En negro, rojo, blanco y amarillo. Todos estos colores están disponibles en el teléfono Lumia 1520 que se caracteriza por ser uno de los primeros smartphones de la compañía finlandesa (junto al modelo Lumia 1320) en aportar por una pantalla de gran tamaño. En concreto, este dispositivo comparte con las propuestas de Asus y LG un panel de 6 pulgadas. Este panel tiene calidad Full HD, puede utilizarse incluso con guantes, está protegido por un cristal Gorilla Glass que se caracteriza por su alta resistencia y su tecnología ClearBack garantiza un alto brillo y legibilidad bajo la luz solar.

Con Windows Phone como sistema operativo (es el único de todas las propuestas de este artículo que apuesta por el sistema desarrollado por Microsoft), cuenta con una pantalla de inicio mejorada que añade una tercera columna de 'Live Tiles' o iconos dinámicos con la que acceder a las aplicaciones favoritas y todas las experiencias (calendario, correo electrónico, música, redes sociales...) de un simple vistazo.

En términos de productividad, el usuario tiene a su disposición el programa Microsoft Office precargado para modificar y compartir documentos. Así, es posible visualizar y editar archivos de



Word, Excel o PowerPoint de forma cómoda dadas las dimensiones de su pantalla. El teléfono Nokia Lumia 1520 también dispone de una opción para realizar una copia de seguridad de los documentos de manera gratuita y en la nube a través del servicio OneDrive, antes conocido como SkyDrive y que brinda una capacidad de almacenamiento de 7 Gb. Y si hablamos de almacenamiento o memoria, esta propuesta posee una memoria de 32 Gb una cifra que puede ampliarse con tarjetas microSD de hasta 64 Gb de tamaño.

En otro orden de cosas, y desde el punto de vista multimedia, Nokia Lumia 1520 integra una avanzada cámara

de 20 megapíxeles de resolución con estabilización óptica de imagen que permite obtener instantáneas nítidas incluso en la oscuridad. Además, esta cámara, con óptica Zeiss, graba vídeos en Full HD con un sonido que resulta nítido debido a la incorporación de la tecnología Nokia Rich Recording y la presencia de cuatro micrófonos; todos estos elementos combinados proporcionan una función de grabación en estéreo direccional para captar el mejor audio sin que haya distorsiones.

Por otro lado, y al igual que todos los terminales de la gama Lumia con Windows Phone 8, el fabricante ha añadido la aplicación Nokia

Camera, que integra los modos de imagen más populares (Pro, Smart y Vídeo) en una única herramienta fotográfica para la creación de bellas instantáneas. También destaca la presencia de Nokia Storyteller, que combina de manera automática las imágenes con los servicios de localización de HERE Maps, y el programa Nokia Mix Radio para escuchar música en streaming de manera gratuita.

Nokia

Camino Cerro de los Gamos,
número 1 Edificio 3
28224 Madrid

Teléfono: 911 873 490

Web: www.nokia.es

Precio: 679 euros

Samsung Galaxy Grand 2

Bluetooth 4.0, tecnología NFC, funciones multitarea mejoradas... Éstas son algunas de las características disponibles en el terminal Samsung Galaxy Grand 2, un modelo que mejora la experiencia de usuario a través de su pantalla de alta definición de 5,25 pulgadas.

Uno de los últimos teléfonos inteligentes que la conocida firma coreana ha incorporado a su catálogo es este Galaxy Grand 2, un dispositivo móvil que se suma a la hornada de modelos con conexión 4G y pantalla de gran tamaño como veremos a continuación. La personalización también es importante ya que, además de los colores negro y blanco, Samsung ha puesto a la venta una versión en rosa enfocada al público femenino.

Posee unas dimensiones y un peso que garantizan su cómodo transporte (146,8 x 75,3 x 8,9 mm, y 163 gr). En este sentido, y tras un primer contacto con el terminal, lo primero que llamará la atención del usuario es su pantalla de alto rendimiento. Con un formato panorámico 16:9 y un tamaño de 5,25 pulgadas, es compatible con los contenidos de alta definición y soporta 16 millones de colores, características que contribuyen a una grata experiencia visual. Además, cuenta con la opción Multi-Window para sacar un mayor rendimiento a la multitarea al abrir dos ventanas a la vez con la misma aplicación, hacer vistas previas de las que están activas o pasar de una aplicación a otra de un modo rápido y sencillo.

Por otra parte, y con el



El modelo Samsung Galaxy Grand 2 ha sido dotado con diferentes herramientas y utilidades entre las que destacamos Samsung Link

objetivo de proporcionar una experiencia de usuario más intuitiva, el modelo Samsung Galaxy Grand 2 ha sido dotado con diferentes herramientas y utilidades entre las que destacamos Samsung Link, que conecta dispositivos para acceder a las fotografías, la música o los documentos desde cualquier ubicación. También se ha incluido la opción Group Play, que sirve para escuchar música, jugar o compartir un archivo con otros usuarios al mismo tiempo, y Story Album, que se utiliza para organizar fotografías

cronológicamente y crear álbumes para imprimir desde el teléfono. Los usuarios también tienen a su disposición la función Sound & Shot, que graba hasta nueve segundos de audio en las imágenes tomadas, y S Translator, un servicio que proporciona traducciones instantáneas.

¿Y su configuración técnica? Está encabezada por un procesador Quad Core de 1,2 GHz, una memoria RAM de 1,5 Gb y una capacidad interna de 8 Gb que con una tarjeta microSD puede ampliarse hasta 64

Gb. El teléfono inteligente Samsung Galaxy Grand 2 funciona con el sistema operativo Android 4.3 y su batería de 2.600 mAh brinda un tiempo de conversación de hasta 18 horas (3G) y 11 horas navegando a través de Internet utilizando una conexión Wi-Fi.

Samsung

Parque Empresarial Omega, Edif. C,
Avenida de Barajas 32,
28108 Alcobendas (Madrid)

Teléfono: 91 714 36 00

Web: www.samsung.es

Precio: A consultar

Huawei Ascend P2

Se trata de un smartphone 4G LTE que proporciona velocidades de descarga de hasta 150 Mbps. Con un peso de 122 gramos y un grosor de 8,4 mm, incorpora una pantalla táctil de 4,7 pulgadas con protección Gorilla Glass.

En blanco y también en negro. Estos son los colores en los que se encuentra disponible el modelo de Huawei, un teléfono inteligente de contornos curvos y diseño elegante que rápidamente llama la atención. Si tuviésemos que destacar una característica clave, esta sería su capacidad y su potencia para navegar a través de Internet ya que el Ascend P2 ha sido desarrollado para utilizarse con redes 4G LTE y disfrutar de unas velocidades de descarga de hasta 150 Mbps. Esta prestación se complementa con la tecnología Swift Sharing que permite cargas y descargas hasta tres veces más rápida en comparación a otros dispositivos móviles cuando se utiliza en redes Wi-Fi.

Su configuración técnica viene encabezada por un procesador de cuatro núcleos de 1,5 GHz y una capacidad de almacenamiento de 16 Gb, así como una pantalla LCD que sigue las tendencias del momento: táctil, tiene un tamaño de 4,7 pulgadas y una resolución de 1.280 x 720 píxeles; a estas características, hay que añadir la incorporación de la tecnología IPS y el sistema de protección Gorilla Glass. Por su parte, la tecnología Magic Touch



ha sido desarrollada para manejar la pantalla incluso con guantes, y también permite la búsqueda y la traducción de palabras o términos clave de forma instantánea en Wikipedia en una sola ventana con la ayuda de la función Lectura Inteligente. Esta pantalla, además, calibra el brillo automáticamente con independencia de las condiciones lumínicas que rodeen al usuario.

el turno de la interfaz de usuario, que Huawei ha bautizado con el término de Emotion. Ésta ha incorporado la función UniHome que combina los

paneles de la home con el menú principal. . Asimismo, esta interfaz de usuario se encuentra preinstalada con una función doméstica para llevar a cabo el seguimiento del tráfico en tiempo real, la limpieza espontánea de los programas inactivos y de la memoria caché, además de anti-virus, ahorro de energía, gestión de software, protección de la privacidad... También se ha incluido una parte dedicada a la actualización y el bloqueo automático de datos.

Huawei Ascend P2, que funciona con Android 4.1, consume hasta un 30% me-

nos de energía y emplea un sistema de carga de la batería más rápido. Mientras que la cámara frontal es de 1,3 megapíxeles, la trasera permite tomar instantáneas de 13 megapíxeles. Esta última dispone de un sensor con HDR que mejora el rango dinámico de luminancias entre las zonas más oscuras y claras de una fotografía con respecto a otros métodos fotográficos.

Huawei Spain

Calle Federico Mompou, número 5
28050 Madrid

Web: www.huawei.com/es

Teléfono: 913 84 38 88

Precio: 449 euros

Sony Xperia Z2

Puede operar en redes 4G LTE y su configuración técnica nos desvela un terminal avanzado con una batería de larga duración. Resistente al polvo y al agua.

El último teléfono premium de la compañía japonesa se presentó mundialmente en el Mobile World Congress celebrado el pasado mes de febrero en Barcelona. Es resistente al agua y como, a continuación veremos, pone especial énfasis en las características que incorpora su avanzada cámara. La calidad del audio también es importante gracias a su tecnología digital de cancelación de ruido Noise-Cancelling.

Con un diseño resistente al agua y un grosor de 8,2 mm, el terminal Xperia Z2 dispone de una cámara de 20,7 megapíxeles que incluye características avanzadas para proporcionar la mejor calidad de imagen y de vídeo: una lente G de alto rendimiento y un sensor de imagen CMOS Exmor RS y procesador de imagen Bionz para móviles. Asimismo, y en el caso de los vídeos, esta propuesta brinda prestaciones avanzadas como la tecnología de estabilización SteadyShot y la posibilidad de grabar en formato 4K a una resolución de 3.840 x 2.160 píxeles y 30 fps. Por su parte, la nueva aplicación Movie Creator permite recortar y ajustar los vídeos de forma intuitiva; también existe la opción de insertar efectos de slow-motion o cámara lenta. La presencia de un avanzado micrófono estéreo garantiza, asimismo, una buena calidad sonora.

Junto a estas características, Sony también ha querido me-

jorar la experiencia móvil de los usuarios y para ello ha desarrollado diferentes aplicaciones enfocadas al entretenimiento multimedia. Este es el caso de Background defocus, que simula la profundidad de campo de las cámaras réflex profesionales; Creative effect, un conjunto de ajustes que realzan los vídeos con una variedad de efectos, tales como colores, filtros, espejo y otros efectos de película; o AR effect, ahora disponible para la grabación de vídeo con nuevas animaciones de realidad aumentada, incluyendo efectos de sonido para vídeo.

El smartphone Xperia Z2 llama la atención por su estética que resulta elegante y sofisticada, como puede apreciarse en sus paneles de cristal delimitados por un marco de aluminio simple y sólido con bordes más suaves al tacto. Esta carta de presentación se complementa con una estructura que llama la atención por su alta resistencia no sólo al agua (como hemos señalado antes) sino también al polvo. En cuanto a sus especificaciones técnicas, indicar que ofrece una configuración avanzada y una batería de 3200 mAh de alto rendimiento gracias a su modo STAMINA que ahorra batería cuando la pantalla se encuentra inactiva. Su CPU incorpora el procesador de cuatro núcleos Qualcomm Snapdragon 801 de 2.3 GHz y una memoria RAM de 3 Gb, por lo que es posible ejecutar varias tareas al mismo tiempo.



Este procesador posee, además, la unidad de procesamiento gráfico Adreno 330, para unos gráficos y juegos más espectaculares y una ISP dual para una experiencia de cámara y pantalla continua sin interrupciones.

¿Y la pantalla? Tiene un tamaño de 5,2 pulgadas y tecnologías (TRILUMINOS y X-Reality) que ya hemos tenido oportunidad de ver en otras

propuestas de la compañías que contribuyen a su alta calidad de imagen, con colores más naturales y reales .

Sony

Calle Doctor Esquerdo, 36. 3º

Madrid

Teléfono: 902 18 05 76

Web: www.sony.es

Precio: 699 euros

CONCLUSIONES

La selección de teléfonos móviles elegidos para esta comparativa arroja una radiografía bastante completa acerca de cuáles son las tendencias en este momento. Una de las primeras conclusiones que podemos extraer es que como las pantallas son cada vez más grandes una nueva categoría de producto se está asentando con fuerza: hablamos de los phabets, dispositivos que

combinan las prestaciones de las tabletas y los teléfonos móviles; el año pasado ya se presentaron los primeros modelos y todo indica que en los próximos meses la oferta se irá ampliando. Por otra parte, Android sigue siendo el sistema operativo favorito de los fabricantes; de hecho, todos los modelos seleccionados funcionan con este sistema operativo a excepción del terminal Nokia Lumia 1520 que utiliza Windows Phone 8.

Modelo	AcorU-gal J2 ES	Asus FonePad Hubs 9 (LTE 00-01)	HTC One	Motorol Acorod P2	LT T. Flex	Motorol Lumia 1520	Samsung Galaxy Grand 2	Sony Xperia J2
Peso	170 grs	340 grs	A considerar	440 grs	320 grs (flex)	670 grs	A considerar	690 grs
Página web	www.sony.com	www.asus.com	www.htc.com	www.motorola.com	www.lgt.com	www.nokia.com	www.samsung.com	www.sony.com
Características								
Redes		Rede 2G y 3G	LTE, HSPA+ (4G), GSM, UHF LTE	UMTS, GSM y LTE	A considerar	4G HSPA+, UHF LTE	EDGE, HSPA+, GSM, UHF LTE	
Sistema Operativo	Android 4.2.2	Android 4.2	Android 4.2.2	Android 4.1	Android 4.2.2	Windows Phone 8	Android 4.3	Android 4.4
Procesador	Qualcomm Snapdragon 1,2 GHz	Intel Atom Z2560 Dual Core a 2,0 GHz	Qualcomm Snapdragon 600 de cuatro núcleos a 1,7 GHz	Qualcomm Snapdragon 1,5 GHz	Qualcomm Snapdragon 600 a 2,26 GHz con núcleo CPU Krait	Qualcomm Snapdragon 600 a 2,2 GHz (Qualcomm)	Qualcomm Snapdragon 1,2 GHz	Qualcomm Snapdragon 601 (CPU de cuatro núcleos)
Memoria RAM	1 GB	2 GB	2 GB	1 GB	2 GB	2 GB	1,5 GB	3 GB
Capacidad de almacenamiento	4 GB	16/32 GB (5 GB de espacio libre disponible)	32 GB	16 GB	32 GB	32 GB (7 GB gratis) + 16 GB de almacenamiento adicional (44 GB)	6 GB (almacenamiento de 64 GB)	A considerar
Apoyo externo								
Tamaño	A considerar	164,6 x 66,6 x 10,5 mm	137,4 x 66,2 x 9,3 mm	136,2 x 66,7 x 6,4 mm	160,5 x 68,6 x 7,9 x 6,7 mm	162,6 x 65,4 x 6,7 mm	146,6 x 75,3 x 6,7 mm	146,6 x 73,3 x 6,2 mm
Peso	170 gr	340 gr	163 gr	122 gr	177 gr	207 gr	163 gr	163 gr
Pantalla	4,7 pulgadas	6 pulgadas	4,7 pulgadas (4,7 pulgadas)	6 pulgadas	6 pulgadas	5,25 pulgadas	5,2 pulgadas	6,3 pulgadas
Características de pantalla	Tecnología IPS	Tecnología Super IPS+	A considerar	Tecnología IPS	Tecnología P-OLED/Tecnología ClearBlack	Op-tón TFT-ULI	Tecnología TRILLI HD	
Resolución	HD	Full HD	Full HD	HD	HD	Full HD	HD	Full HD
Características multimedia externas								
Cámara frontal	2 megapíxeles, Flash LED	1,2 megapíxeles	2,1 megapíxeles, con sensor de 600 con capacidad HDR, video en formato 1.080p	1,3 megapíxeles y sensor CMOS	2,1 megapíxeles	1,2 megapíxeles, con HD para sensor	1,7 megapíxeles	A considerar
Cámara posterior	1,3 megapíxeles, lente FLG	6 megapíxeles	Cámara HTC UltraPixel sensor F94, lente FLG en formato 1.080p, objetivo de 26 mm con abertura F2.0	1,3 megapíxeles, F94 HDR, Cámara	1,3 megapíxeles	20 megapíxeles, tecnología principal Carl Zeiss, sensor Sony, lente Full HD	6 megapíxeles	20,7 megapíxeles, lente G de Sony, sensor BSI y procesador Bionz para mejor grabación en formato 4K
Conectividad								
HD-DVI	A considerar	A considerar	A través de HDMI	A considerar	A considerar	A considerar	A considerar	A considerar
Bluetooth	A considerar	Bluetooth V3.0+EDR	Compatible con 4.0	Bluetooth 4.0+EDR	Compatible con 4.0	Compatible con 4.0	Compatible con 4.0	NI
USB	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
GPS	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI
NFC	A considerar	NI	NI	11.540-NFC	A considerar	A considerar	NI	A considerar
Wi-Fi								
Tipo	A considerar	15 Ohm Impedance	2500 mAh	2420mAh	3.500 mAh (removible)	3500 mAh	2400mAh	3200mAh
Duración batería con carga	A considerar	25 horas (20)	Tiempo máximo en conversación 30: 16 horas	A considerar	A considerar	25,1 horas (20)	Hasta 16 horas (20)	Hasta 17 horas
Duración batería en reposo	A considerar	430 horas (20)	Tiempo máximo de espera 30: 500 horas	330 horas (20)	A considerar	Hasta 32 días	H. 430 horas (20)	Hasta 740 horas
Otros usos de batería	Tech Acoustic, AcousticPan, Acoustic, Acoustic	9100, línea de 30, compatible con 11000; aplicación de efectos	9000 TV, 8000 Acoustic, 2000 Debut, 10000 Debut, 10000 Debut	En blanco y negro, protección contra el agua, reducción de consumo en espera	Debut con tecnología 11000, compatible con 11000, 11000	Debut con 11000 de colores, tecnología Acoustic Rich Recorder, aplicación Fluid 9000	Debut con 11000 de colores, 9 Transistor, Acoustic Link, 9100 Acoustic	Debut con 11000 de colores, 9 Transistor, Acoustic Link, 9100 Acoustic

La Importancia de las soluciones ERP en la renovación tecnológica y gestión del negocio



Jordi Ramón
Marketing Senior Manager
Small to Medium Business
Sage España

Una empresa que quiera seguir creciendo tiene que ofrecer una experiencia única a sus clientes. Esta es una de las principales recomendaciones que desde Sage hacemos a las compañías que están afrontando la necesidad de realizar una renovación tecnológica de sus aplicaciones de gestión y orientarlas a una solución ERP.

Es clave conocer a tus clientes, para entender sus objetivos de negocio y ayudarles a desarrollar un planteamiento integral de sus necesidades de gestión con la incorporación de las soluciones de software más adecuadas para cumplir con sus objetivos. Sin embargo, a lo largo de este proceso de acompañamiento nos encontramos con barreras que es necesario salvar. Entre las más importan-

ejercicio de adecuación de la oferta en función de un escalado que va desde 1.000€ hasta 5.000€ de valoración de su software actual en la compra de su nuevo ERP. El cliente aprecia que su inversión anterior no ha sido en balde sino que tiene un valor residual y que incluso le ayuda para la adquisición de un nuevo ERP, mucho más avanzando y que no parte de cero.

Esta estrategia de ayuda a la renovación va mucho más allá e incluye aspectos de soporte para la búsqueda de financiación y consultoría tecnológica. Todos sabemos que en la toma de decisiones de inversión o, en priorizar o no unos procesos y sus aplicaciones relacionadas es donde los directivos de las empresas tienen más dudas. Por ello este tipo de asesoramiento es crítico y lo es igualmente contar con la confianza en que tu socio/proveedor de soluciones de gestión tenga la capacidad de llevarlo a cabo conjuntamente con el cliente. En

clientes en particular.

En este sentido me gustaría destacar dos iniciativas para este año 2014 que cubren perfectamente la tendencia de la demanda de mercado. La primera es Sage Murano ERP Online 100% Cloud, con más de 500 usuarios en activo desde su lanzamiento en octubre de 2013 y la otra Sage CRM para la que estimamos una previsión de crecimiento superior al 30% respecto al año pasado.

En el mercado cloud jugamos con ventaja porque somos la única empresa que ofrece el ERP en la nube en su totalidad bajo plataforma Microsoft Azure con usuarios en activo. Trabajar con la plataforma Azure nos ha permitido ser más innovadores y ágiles, soportándonos en una estructura totalmente segura. Además, nos ha permitido adecuar nuestra oferta cloud en el sentido que no incurrimos en costes de estructura adicionales, si no que pagamos por el uso real, al igual que hacemos con nuestros

Es clave conocer al cliente para entender sus objetivos de negocio y ayudarle a desarrollar un planteamiento integral de sus necesidades de gestión con la incorporación de las soluciones de software más adecuadas

tes y recurrentes, los pocos recursos disponibles para hacer frente a sus necesidades y objetivos de negocio.

Frente a esta situación, que se asemeja al típico pez que se muerde la cola, en la que las empresas no puedan evolucionar, crecer o afrontar nuevos retos por que no tienen las herramientas tecnológicas necesarias debido a que no pueden financiarse, en Sage, hemos desarrollado e implantado una estrategia de renovación tecnológica. Me explico:

Para que la barrera económica no frene una decisión tan importante como la de renovar el parque de software de gestión y con ello sus objetivos de crecimiento nos aseguramos, junto al cliente, de poner en valor lo que tienen implantado a día de hoy en aplicativos de software y valorarlo monetariamente, asignando un valor concreto según el punto de partida en el que se encuentran.

De esta forma podemos realizar un

este sentido el equipo humano que hay detrás es la clave del éxito.

Una de las grandes ventajas de Sage en este sentido es el disponer de un gran número de clientes, de múltiples sectores y con necesidades muy variables y puntuales en muchos casos. Las miles de conversaciones e interacciones que tenemos con ellos, más de 8.000 al día, nos permite adquirir un Know-How difícil de encontrar en otras compañías. Es una fuente única de retroalimentación con ellos que multiplica nuestra capacidad de innovación y mejora de las soluciones.

Y si hablamos de innovación aplicada a la renovación tecnológica tenemos que hablar de Cloud. Es evidente, y así lo reflejan multitud de estudios, que la tendencia del mercado de gestión empresarial hacia el mundo Cloud es imparable. Las ventajas de este tipo de plataformas son evidentes y así lo manifiestan, tanto el mercado en general como nuestros

clientes. En definitiva, hemos podido acotar la salida al mercado de nuestra solución Cloud a nivel Europeo, y lo que es más importante nos ha permitido ser líderes en el mercado del ERP Online.

Por lo que se refiere al mercado CRM, las estadísticas dicen que el mercado de las aplicaciones móviles de CRM crecerá un 500% en 2014, según Gartner. En este sentido, en Sage estamos totalmente preparados con una solución Sage CRM adaptada a todos los dispositivos móviles del mercado y disponible en On-premise y Cloud.

Es importante destacar la importancia que nuestro canal de casi 300 partners ha tenido en el desarrollo de estas estrategias, participando activamente en su definición. Ellos son parte de Sage y tienen el pulso directo del mercado y su salud a través del contacto diario con las empresas.

Las tendencias TIC que vienen

Ángel Fernandez, director general de Hitachi Data Systems Iberia

Acaba de comenzar un nuevo año y las principales firmas de análisis ya han publicado sus tendencias para 2014, mostrando bastante consenso en las macro tendencias. Aunque hay ciertas variaciones en las predicciones, todas coinciden en que estamos en una auténtica “tormenta perfecta” de transformaciones y diez tendencias la describen:

La primera: TI se centrará en los resultados del negocio más que en la infraestructura. Esta tendencia es la base para muchas de las posteriores y conlleva la optimización y automatización de procesos de negocio, aprovechamiento de los activos existentes y la agilidad en el despliegue. El foco de resultados del negocio generará mayor demanda sobre TI. Esto requerirá una mayor colaboración entre los departamentos de TI y sus proveedores. Nuevas alianzas facilitadoras surgirán y en este sentido Hitachi está trabajando conjuntamente con sus

partners tecnológicos.

La segunda será la búsqueda de soluciones de rápida implantación y eficacia operativa. Las presiones para lograr mejores y más rápidos análisis, la mejora de la seguridad, la integración de dispositivos móviles, y la continuidad de servicio en aplicaciones críticas, están impulsando la necesidad de cambio de las aplicaciones existentes.

La tercera será el aprovisionamiento y auto servicio en una nube privada segura. Nos hemos dado cuenta de lo que es consumo y lo que es negocio. Hitachi ha entendido el mensaje del mercado y de los reguladores facilitando la adopción de la nube privada.

La explosión de los datos no estructurados, ingestados a través de las redes, es lo que impulsa la tendencia cuarta. Esto requerirá de repositorios y métodos de acceso que puedan escalar a exabytes y las capacidades conectadas a través de NAS superarán a todos los demás protocolos. Estas tecnologías de almacenamiento NAS que soporten gran escalabilidad de datos deberán además aportar

mayor rendimiento y una mayor eficiencia. Esta será la demanda de 2014.

Buena parte de los datos corporativos residen exclusivamente en ordenadores portátiles o dispositivos móviles. Estos son los datos en la sombra que residen fuera del control y supervisión de la TI corporativa y son datos de negocio con un gran potencial de valor. Integrar la gestión de estos datos “en la sombra” en el control corporativo será la quinta tendencia. Iluminar estos datos oscuros de las compañías integrándolos en los procesos de análisis para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio o de servicio será la sexta tendencia.

La explosión del almacenamiento no permite seguir haciendo las cosas de la misma manera. Como asignatura pendiente, la tendencia siete será buscar una nueva manera de proteger los datos, reduciendo los backups tradicionales apoyándose en soluciones de archivado que auto-protejan la información. Veremos la re-invencción de la industria óptica con un enfoque orientado a soluciones empresariales. La durabilidad del



La tendencia 8 será la explosión de las soluciones empresariales basadas en disco flash que mejoren las características de la tecnología SSD convencional

soporte óptico y el periodo de retención de la información irán de la mano.

La tendencia 8 será la explosión de las soluciones empresariales basadas en disco flash que mejoren las características de la tecnología SSD convencional. El objetivo es acortar la distancia entre la potencia de las CPUs y la del disco. Hitachi ha dado grandes pasos poniendo en el mercado varias tecnologías que reducen esta distancia y potencian enormemente las aplicaciones críticas de nuestros clientes.

El cifrado de datos aparecerá en juego como tendencia 9. Si utilizamos los servicios gestionados o almacenamos los datos en la nube, deberemos comprobar que los datos se cifran o se borran con seguridad.

La décima tendencia cierra como empieza la primera. La transformación a una TI optimizada pasa por la virtualización y la automatización. Una virtualización que sea total, ubicua, multi-protocolo, es la base del resto de transformacio-

nes. Aparte de facilitar el gran crecimiento de datos, facilitará la gestión de estos entornos, haciendo posible que los profesionales de TI desarrollen nuevas habilidades.

2014 va a ser un año emocionante para las TI. Como reflexión, un petabyte equivale a 20 millones de películas y tardaríamos 4.566 años en visualizarlas. En esta nueva era los departamentos de TI deben aprovechar las tendencias para adaptarse al cambio.

Fomentando el descubrimiento de vídeos, al estilo Google

Durante años, Google no ha escondido su entusiasmo por ofrecer resultados de búsqueda combinados, y con una debilidad particular por incluir resultados de vídeo. Pero su continuo mensaje es que las organizaciones deben centrarse, primero y principalmente, en la audiencia. La esencia de las mejores prácticas en marketing de vídeo debería ser difundir experiencias de vídeo de primera clase a la gente real, en lugar de centrarse en trucos rápidos para potenciar el descubrimiento.

Cualquier editor puede enriquecer su página web con la inclusión de contenidos en vídeo. Pero incluso con vídeos de alta calidad, el éxito está lejos de ser automático. Cuando se refiere a vídeo, integrarlo simplemente en el mix de contenidos de la web no es suficiente para ayudar a impulsar el ranking de la web en los motores de búsqueda. Dado que el 76% de los publicistas identifican el vídeo como la táctica más cercana a sus corazones, las organizaciones deben asegurar que sus contenidos están llegando a la persona correcta e influyendo directamente en la cuenta de resultados.

El vídeo no solo debe ser entretenido y valioso para una audiencia determina-

da, sino que, además, las organizaciones no pueden permitirse fallar cuando se trata de optimizarlo para los motores de búsqueda. Entonces, ¿cómo pueden tener éxito en términos de SEO? Una combinación de tácticas puede asegurar la optimización del vídeo para triunfar en los motores de búsqueda:

- Usa etiquetas basadas en schema (www.schema.org): definido por Google como “la vía recomendada para la descripción de vídeos en la web” y crucial para el descubrimiento de vídeo, schema es un vocabulario de indexación compartido, usado por la mayoría de los motores de búsqueda para reunir datos estructurados e información adicional sobre el contenido para ofrecer unos resultados de búsqueda más ricos y relevantes.
- Invierte en un mapa del sitio: incluir etiquetas en el vídeo solo tiene impacto positivo en el SEO si tienes un mapa de la web que muestre esas etiquetas al motor de búsqueda. Merece la pena crearlo y enviarlo a Google. Usar schema en la propia página de vídeo dará a los motores de búsqueda los datos contextuales adicionales que necesitan para procesar los resultados e indexarlos eficientemente. Es importante usar una única URL para cada vídeo e incluir código schema en la página propia del reproductor de vídeo para cada vídeo, y

que sea específico para el vídeo cargado en el reproductor.

Incluye una descripción del vídeo en formato texto: la accesibilidad y el control de la experiencia de usuario son cada vez más importantes para el SEO, y la descripción del contenido en texto lo abre a más gente, incluyendo los usuarios con discapacidades auditivas. Pero también facilitan a los motores de búsqueda la posibilidad de comprender mejor el contenido. Las leyendas no solo mejoran el SEO incrementando la densidad de las palabras clave, sino que también aumentan la tasa de vídeos completados de un 40 a un 80%.

- No te excedas con las palabras clave: enfatizando la calidad del contenido en sus manuales, el buscador de Google penaliza los sitios que se exceden con las palabras clave en el título de los vídeos y en las descripciones. Deben estar escritos de una forma que sea interesante y relevante para la audiencia, con etiquetas precisas y títulos claros que expliquen de qué va el contenido y lo que el usuario puede encontrar al verlo.
- Usar el término “vídeo” en el título y las descripciones: así como está penalizado el exceso de palabras clave en el título y las descripciones, incorporar términos importantes como “vídeo” y “cómo hacer” de forma natural mejorará la pro-



¿Cómo pueden tener éxito los vídeos en términos de SEO? Una combinación de tácticas puede asegurar la optimización del vídeo para triunfar en los motores de búsqueda

babilidad de que tu contenido aparezca entre los destacados con un icono en la página de búsqueda principal de Google.

La metodología de los motores de búsqueda cambia constantemente. Solamente los algoritmos de búsqueda de Google pueden llegar a cambiar de forma masiva hasta 500 o 600 veces en un año (aunque muchos de los cambios son menores). Pero como la estrategia de indexación de contenido de vídeo de Google madura con el tiempo, sin duda

veremos una mayor competencia por los resultados de vídeo.

Asegurar estos resultados depende de que las marcas sean capaces de ofrecer contenido único de alta calidad que pueda ser indexado, descubierto y compartido de forma eficaz. Cualquier estrategia de SEO para vídeo debe empezar, y construirse, a partir de una estrategia de SEO para la web, y la inclusión de etiquetas en el HTML solo crecerá en relevancia si los motores de búsqueda dependen de los tags

para aumentar la efectividad y precisión de los resultados de búsqueda.

Pero es incluso más fundamental para el éxito del vídeo la importancia de crear contenido para el usuario, más que para los motores de búsqueda. El vídeo es poderoso, un medio sin igual para contar historias y entretener. Optimizado para descubrirlo y compartirlo, es un canal único para que las marcas compartan sus mensajes y se aseguren el importante retorno de inversión del marketing.

En la segunda mitad de febrero, la prensa nos sorprendió con la noticia de que Facebook compraba WhatsApp por un importe de 19.000 millones de dólares (12.000 en acciones y otros 4.000 en efectivo, a los que hay que sumar 3.000 en acciones restringidas para los fundadores y el personal de WhatsApp). WhatsApp se ha configurado ya como la más exitosa empresa de mensajería instantánea, con más de 450 millones de usuarios. La operación de Facebook podría parecer incluso "lógica", si no fuese por su importe.

Junto a la noticia, apareció también en la prensa la perplejidad por la operación. WhatsApp hace poco que ha empezado a cobrar a sus usuarios, pero

tal vez a hacer sombra a la "vieja" WhatsApp. Telegram parece ser mejor desde el punto de vista técnico (tiene mayor seguridad y se accede a él desde cualquier dispositivo incluso sistemas de escritorio) y, además, ya se sabe del interés por la novedad tan sobrevalorada por los internautas.

Pero las cuentas no deben hacerse así. Hay (ha de haber...) otras razones.

Facebook se ha configurado como la primera y la más destacada empresa de las que viven del curioso negocio de "vender los datos que sus usuarios le proporcionan gratuitamente". Ése sí es un fenómeno nuevo en la última década.

Debo reconocer que no he entrado personalmente en el mundo de las redes

tra sociedad donde se suele decir que "información es poder"...) a redes poco de fiar respecto de la privacidad como, por ejemplo, es Facebook.

Facebook vive de vender información que obtiene gratuitamente y tal vez quiere ampliar el campo de obtención de esa información con WhatsApp. Pero lo cierto es que tengo mis dudas.

Al hablar de la historia de Internet, mis estudiantes suelen sorprenderse, al debatir sobre algunos documentales de 2008 o 2009. Verifican que en ellos se habla Second Life (hoy prácticamente desaparecida) pero no de Facebook (que arrancó en Harvard en 2004). La volatilidad en la red de redes es descomunal y las modas de un día se convierten en



PERPLEJIDAD

Por Miquel Barceló

una cantidad demasiado pequeña (0,99 dólares o 0,89 euros) para justificar esas cifras. Algunos periodistas hacían la cuenta de la vieja y decían que eso podía representar unos ingresos de unos 450 millones de dólares al año y que eso suponía, para Facebook, recuperar la inversión en una treintena larga de años. Por otra parte, algunos comentaristas decían también que muchos de los usuarios de WhatsApp habían de ser también usuarios de Facebook, o sea que ni pensando en el incremento de usuarios se explicaba la operación.

Los más conocedores recordaban que precisamente ahora Facebook tiene algunos problemitas (pierde algunos de sus usuarios, pocos con respecto a la totalidad, pero los pierde). También se sabe que justo en estos últimos meses está apareciendo un nuevo aplicativo, Telegram Messenger, que por el momento, con sólo 100 millones de usuarios obtenidos en menos de un año, empieza

sociales informatizadas (siguen existiendo las no informatizadas, por si hiciera falta recordarlo...), pero mantengo cuentas en ellas para ir viendo cómo funcionan, sus progresos y sus usos como me obliga mi actividad investi-

pasado al siguiente. Tal vez sólo Wikipedia resiste el paso del tiempo con la misma o mayor fuerza que en sus orígenes.

Por eso, tiendo a creer que o bien nos hallamos ante el inicio de una nueva

Telegram parece ser mejor desde el punto de vista técnico (tiene mayor seguridad y se accede a él desde cualquier dispositivo incluso sistemas de escritorio) y, además, ya se sabe del interés por la novedad tan sobrevalorada por los internautas

gadora y docente en temas como "Aspectos sociales y medioambientales de la informática".

Para una persona como yo, perteneciente a la generación que ya en los años setenta y ochenta dimos batalla por defender la defensa de la privacidad ante la informática, lo cierto es que nos cuesta entender cómo la gente ofrece información gratuita (sí, incluso en nues-

burbuja financiera con las infotecnologías (los nuevos ricos como Zuckerberg tal vez no dan el adecuado valor al dinero...) o, simplemente, que Facebook está huyendo hacia delante tal vez demasiado pronto.

El tiempo lo dirá. Y mientras tanto se seguirán usando tanto Facebook como WhatsApp, hasta que otros aplicativos los superen. Como es ley de vida.