COMPARATIVA - - - > Herramientas CRM

www.revistabyte.es Abril 2018 • Nº 259 • 5,75 euros

byte TI

Síguenos en twitter: (@BYTE_TI)

ANÁLISIS

• Samsung Galaxy S9+

Business Performance Management

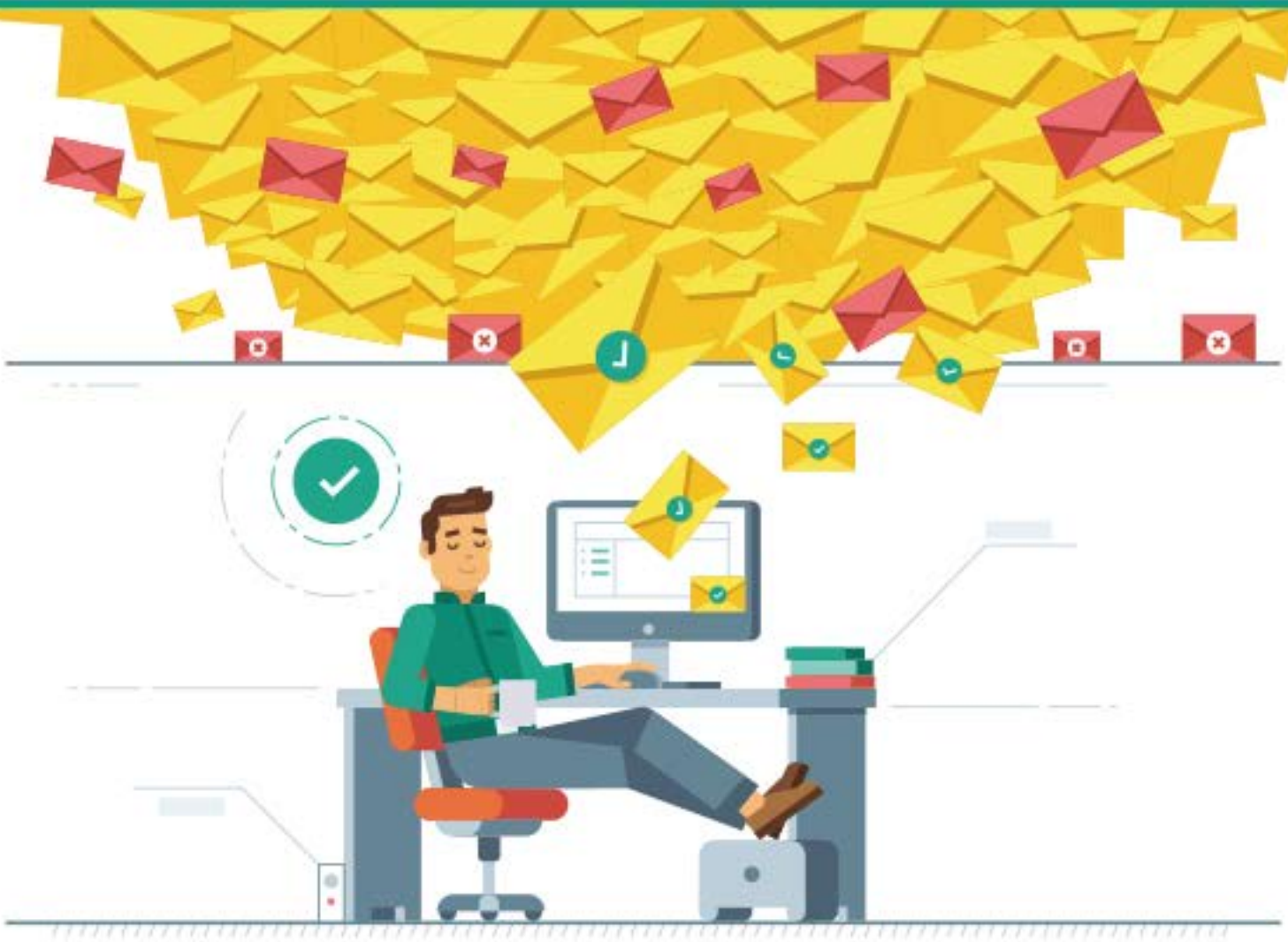
- Ventajas del BPM
- Más que un modelado de procesos
- Desarrollos a medida

Premios Byte TI 2018

mkm

Javier López Sáez

KASPERSKY lab



3,5 millones de correos electrónicos se envían cada segundo.

Evite que los más peligrosos accedan a su bandeja de entrada.

Elija la protección de correo electrónico de Kaspersky Security for Microsoft Office 365.

Kaspersky® Security for Microsoft Office 365

#TrueCybersecurity
cloud.kaspersky.com

© 2018 Kaspersky Lab Iberia, España. Todos los derechos reservados. Las marcas registradas y logos son propiedad de sus respectivos dueños.

Premios Byte TI

Si no hubiera coincidido con nuestros Premios, este mes hubiera dedicado esta carta a Facebook y a la pillada con la venta de nuestros datos. Espero que dentro de 30 días siga el debate para que tenga actualidad algo que me gustaría contaros. ¡Esperadme!

¿Qué sientes al estar al lado de Vicente del Bosque?", le preguntaba un colega periodista a Miguel Ángel Fernández, director de Marketing de LG, en la presentación, el mes pasado, del carnet de la selección española de fútbol, que patrocina esta multinacional coreana. "Pues siento vergüenza ajena de la pregunta que me acabas de hacer", le hubiera respondido yo, siendo benevolente, con la ridícula cuestión que le había formulado el avezado reportero. Pero Miguel Ángel fue obviamente más diplomático, y contestó, de manera educada, que sentía una gran satisfacción de poder el aprender de la sabiduría del ex seleccionador nacional.

En ese momento, me di cuenta de que no nos habíamos equivocado al elegir a este directivo como Mejor Director de Marketing, dentro de nuestros tradicionales premios Byte TI. Porque, aparte del resto de cualidades por las que le concedemos el galardón (su conocimiento del mercado, de la técnica de venta del producto que ha acreditado, agilidad en sus presentaciones, junto a otras consideraciones), aguantar las paridas que muchas veces preguntamos los plumillas, tiene un mérito de premio.

En el caso de Pilar López, que hemos elegido como Personalidad del Año, concurren características casi exclusivas. Destaca, en primer lugar, el respeto que se ha ganado dentro de Microsoft, con un liderazgo de la compañía basado en la empatía con toda la plantilla, a base diálogo, compresión, inteligencia, profesionalidad, y saber tomar las decisiones adecuadas en cada momento. Bajo su presidencia, la filial española ha ido mejorando año a año y se le espera un éxito futuro seguro.

El Premio a la mejor dirección de Comunicación este año se lo hemos concedido a María Zaragoza por su labor al frente de Epson, en tan importante parcela dentro de las organizaciones empresariales. Más de 14 años dirigiendo ese departamento en la compañía japonesa ya sería suficiente para acreditarla a la distinción. Pero se dan más valores: cercanía, conocimiento de los medios, incansable trabajadora, amabilidad, honestidad y todo un sobresaliente curriculum puesto al servicio de una empresa compleja, con multitud de productos, que requiere una preparación profesional que María ha probado poseer y poner al servicio de su desempeño.

Estos son los premios que adjudicamos a personas, junto con otro que hemos recuperado, el de CIO del Año, que en esta ocasión ha recaído en Jordi Bueno, máximo responsable del departamento de IT de Nationale-Nederlanden, del que pueden disponer de su perfil en las páginas interiores de este número.

El resto de distinciones, los dedicados a empresas y productos, hasta un total de 21, también encontrarán su justificación en reportaje que publicamos al efecto.

Un año más decimos que estos Premios no pretenden pontificar ni clasificar como infalibles, pero sí reivindicamos como merecedores y comparables a los mejores. ¡Enhorabuena a todos!

Sumario

ABRIL 2018

EN PORTADA

BPM

50

N.º 259• 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, F. Jofre, JL. Valbuena, MªJ. 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
El Palíndromo Comunicación S.L.

WebMaster
NEXICA
www.nexica.es

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

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

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

Impresión
Gráficas Monterreina
Distribución
DISPAÑA
Revista mensual de informática
ISSN: 1135-0407

Depósito legal
B-6875/95

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

ABRIL de 2018
Printed in Spain

EDITA
Publicaciones Informáticas MKM

8 NOVEDADES

24 PREMIOS BYTE TI 2018

COMPARATIVA 36

3 **CARTA DEL DIRECTOR**

6 **RECOMENDAMOS**

8 **NOVEDADES**

22 **DESAYUNO**
Transformación Digital

32 **ANÁLISIS**

36 **COMPARATIVA**

50 **TEMA DE PORTADA**

56 **UN CIO EN 20 LÍNEAS**

58 **TENDENCIAS**

64 **ENTREVISTA**

66 **TEMPORAL**
Por Miquel Barceló

CEBIT 2018:
una semana de eventos

La próxima edición de CEBIT, que se celebrará del 11 al 15 de junio se va a caracterizar, entre otros aspectos por tener una semana completa de eventos. La serie de eventos arranca con el "Take-Off Monday". Aunque las salas de exposición no se abren para los visitantes hasta el martes 12 de junio, el **lunes** contará con un programa temático en el que expertos ponentes de áreas de negocio, de ciencia y de la política discutirán acerca de los impactos de la transformación digital dentro de los negocios y la sociedad. Todo ello tendrá lugar en el área de conferencias del del Centro de Convenciones. Además, en el Hall 11 tendrá lugar el evento nocturno "Noche de Bienvenida"

El **martes 12** destaca el foro especial acerca de la ciberseguridad ya que actualmente es una prioridad para todas las empresas. Además, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático están siendo adoptados por más y más industrias por lo que el papel que juega la ciberseguridad es cada vez más importante. Durante el foro se tratarán también temas como el de los sistemas de aprendizaje automático que pueden predecir con precisión los posibles ataques que puedan afectar a una organización. Toda esta serie de tecnologías son positivas para la transformación digital, pero hay que tener en cuenta que estas herramientas también pueden ser explotadas por los ciberdelincuentes. Además, ransomware continuará reclamando víctimas de alto perfil. Los recientes ataques han enseñado a las empresas que es esencial realizar copias de seguridad periódicas, mantener todo el software completamente actualizado en todo momento y fortalecer sus defensas en tiempo real de forma continua. El foro de ciberseguridad que tendrá lugar en CEBIT analizará las amenazas y desafíos a los que se enfrentan las empresas, así como las últimas estrategias de ciberseguridad. Este foro tendrá lugar en el pabellón 12.

El **miércoles 13**, es el día en el que la Inteligencia Artificial cobrará especial protagonismo. En el pabellón 27, los asistentes comprobarán cómo la inteligencia artificial ya está transformando los procesos de negocio y la productividad de muchas organizaciones. Y es que se espera que la inteligencia artificial modernice casi todas las industrias verticales en un futuro cercano. Durante el evento se pondrá de manifiesto cómo las organizaciones que no logren integrar la inteligencia artificial en su filosofía empresarial pueden llegar a perder su competitividad. Con una gran cantidad de mejores prácticas y casos de uso específicos de la industria, el foro de Inteligencia Artificial de CEBIT dará a los ejecutivos y profesionales de negocios una comprensión profunda de los desarrollos más recientes y fundamentales en aplicaciones comerciales de inteligencia artificial y explorará los impactos de las tecnologías de inteligencia artificial en la sociedad.

El **jueves 14 de Junio** el principal foro la movilidad, un elemento que va a seguir evolucionando en los próximos tiempos: conducción autónoma, movilidad automatizada para todos, viajes personalizados bajo demanda… Antes de lo esperado, nos habremos acostumbrado a todos estos cambios. Este foro tendrá lugar en el pabellón 26. Finalmente, el **viernes 15** supondrá el colofón a una semana de diferentes eventos con el Digital Friday. Diseñado específicamente Pymes se centrará en los campos de la "productividad" y la "cultura del trabajo". Entre las 10:30 y las 15:00 los asistentes podrán ver presentaciones de prestigiosos oradores y obtener consejos de expertos en digitalización, todo en un ambiente inspirador como la base perfecta para conectarse con las personas e intercambiar ideas por igual. Para completar la jornada, habrá plataformas para desarrolladores y programadores, jugadores profesionales y pilotos de drones.

RUTAS GUIADAS

Por vez primera, CEBIT va a ofrecer Rutas Guiadas para los visitantes de la feria. Durante un recorrido de dos horas, los expositores mostrarán a los que se inscriban productos innovadores y soluciones adecuadas a sus necesidades durante aproximadamente 15 minutos. En los recorridos sobre diferentes temas, encontrarán la oferta para su área específica de experiencia e interés.

ESET DESlock+

DESlock+ es una aplicación de cifrado de datos fácil de usar para todo tipo de empresas. Aprovéchate de la instalación optimizada reduciendo el tiempo de puesta a punto a los administradores. Del lado del cliente requiere una mínima interacción del usuario, lo cual mejora el cumplimiento de políticas de seguridad de la información

Una de sus principales características es que Cumple con la nueva Regulación General de Protección de Datos de la UE (GDPR).

Gracias a esta solución, el usuario puede protegerse de los intentos de ciberataques o los errores de tus empleados (como el uso de contraseñas fáciles), utilizando el cifrado para mantener segura la información de tu empresa y tus clientes. Además, oculta la información confidencial y la propiedad intelectual de tus dispositivos móviles en caso de pérdida o robo, haciendo que la información que contienen sea ilegible por usuarios no autorizados.

Además, expande la protección más allá del perímetro de la red ya que el cifrado protege la información durante el envío de correo y también se puede utilizar para cifrar datos antes de subirlos a la nube.

Lexmark Managed Print Services

Con los servicios MPS se puede obtener visibilidad y asumir el control de todo el entorno documental. Esto va mucho más allá de reducir la impresión y el uso de papel. Del mismo modo que su empresa evoluciona constantemente, los servicios de managed print services y managed document services siguen evolucionando para ayudar a las organizaciones a superar los retos de la información de hoy y de mañana. Aunque el volumen general de impresión se ha reducido, el uso generalizado de tabletas y smartphones ha aumentado la complejidad del entorno de impresión.

Los servicios MPS de Lexmark adoptan un enfoque holístico para mejorar la arquitectura de impresión de la empresa. Le ayudamos estructurando sus dispositivos para que contribuyan a la misión de la empresa y encargándonos de su administración cotidiana mediante un servicio proactivo y predictivo con el que garantizamos un tiempo de actividad óptimo. Una vez establecido, el entorno administrado se convierte en un canal de unificación de la información impresa y digital para conseguir unos procesos y un flujo de trabajo optimizados. Se beneficiará de las ventajas de lidiar con menos dispositivos, imprimir menos páginas, reducir costes y lograr una mayor productividad de los gestores de la información. Además, con los servicios MPS de Lexmark se obtienen importantes ahorros operativos inmediatos, al tener la perspectiva de un único sistema que abarca toda la organización, en diferentes países y continentes. Este planteamiento proporciona un nuevo nivel de control de los costes de asistencia y del inventario de consumibles.

ANALÍTICA AVANZADA DE FUJITSU

Fujitsu ha presentado su estrategia en servicios de "Analítica Avanzada" centrada en romper las barreras entre el mundo físico y digital gracias a la inteligencia, actuando así como palanca principal para conectar ambos mundos y así poder aportar valor a las compañías en el camino hacia su transformación digital.

Asimismo, uno de los grandes hitos de esta estrategia es la creación en Madrid de un nuevo "Centro de Excelencia en Analítica Avanzada" que trabaja en colaboración con otros tres adscritos al proyecto: Fujitsu Labs Europe, con delegaciones en Madrid y Londres, el Centro de Excelencia en Inteligencia Artificial en París y el Centro de Industria 4.0 en Munich.

La Analítica Avanzada es para Fujitsu el puente necesario entre dos mundos, el físico y el digital. En el primero, el IoT nos ayuda a entender y recopilar datos desde los diferentes dispositivos, pero sólo los datos y las acciones en el medio no valen. Y por ello, la IA es necesaria para interpretarlos y accionarlos correctamente y nos permite conocer de forma inteligente el comportamiento en el mundo físico, gracias a su interpretación en el digital.

La multinacional, para aumentar sus capacidades en Analytics e IA ha decidido implantar en Madrid un "Centro de Analítica Avanzada" que trabaja conjuntamente tanto con el equipo de Inteligencia Artificial de Fujitsu Labs en Madrid, como con los Laboratorios también en Londres. Y con el "Centro de Excelencia en Inteligencia Artificial" de París y el "Centro de Industria 4.0" en Munich. Estas cuatro ubicaciones son los elementos fundamentales para poder ofrecer a toda Europa una estrategia de valor conjunta, donde cada centro desarrolla su labor bajo el prisma del trabajo colaborativo.

La gran apuesta de Huawei se llama P20

La vanguardia de la tecnología, incluida la Inteligencia Artificial, el procesador más moderno, la cámara más avanzada, prestaciones de todo tipo, una batería de larga duración, un atractivo diseño y un precio algo inferior al de sus competidores Apple y Samsung son la carta de presentación del nuevo buque insignia de Huawei, su Smartphone Huawei P20 Pro, desvelado en París ante más de dos mil personas, representantes de medios de comunicación, clientes y partners de todo el planeta. Juan Manuel SÆez. Par s (Francia).

Richard Yu, CEO de la Unidad de Negocio de Consumo de Huawei, fue el encargado de conducir la ceremonia y lo hizo mostrando en numerosas ocasiones las marcas de sus competidores, S9 de Samsung y el último modelo de iPhone, en planos de desigualdad, sobre todo a la hora de hablar de la cámara del dispositivo: todo lo de Huawei enfocado frente a las borrosa fotos de los modelos de la competencia. Y, a decir verdad, los profesionales que pudimos comparar determinadas situaciones de toma de fotografías, siempre destacaba la calidad del fabricante chino.

La compañía lanza los dispositivos Huawei P20 y Huawei P20 Pro. El P20 Pro presenta la primera triple cámara Leica del mundo. Además, ambos dispositivos incluyen avances basados en Inteligencia Artificial desconocidos hasta el momento, permitiendo una experiencia sin precedentes en el uso de smartphones.

"Buscamos la inspiración de artistas para alcanzar el diseño y la innovación en nuestros productos", señaló Richard Yu. "Con la revolucionaria cámara de triple lente de Huawei P20 Pro, grandes avances en Inteligencia Artificial y unos increíbles colores, la nueva serie Huawei P20 está diseñada para reflejar belleza y luz".

Las características principales de la serie Huawei P20 incluyen:

- Un sistema avanzado de cámara para capturar más luz, más detalles y más belleza. La revolucionaria triple cámara Leica de Huawei P20 Pro posee los píxeles más altos de la industria (5X ZOOM híbrido). Por otro lado, Huawei P20 cuenta con una cámara dual Leica totalmente nueva.

• Funciones fotográficas innovadoras que incluyen: Master IA, habilidades fotográficas profesionales impulsadas por IA, un Sistema de Identificación Autónoma y un potente sistema tecnológico de estabilización de Inteligencia Artificial.

• Máximo rendimiento, cuenta con el Kirin 970, una Unidad de Procesamiento Neuronal (NPU) y EMUI 8.1 basado en Android 8.1 para que el usuario tenga una experiencia premium desde el interior del dispositivo.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Tal y como se destacó en la presentación el procesador Kirin 970 de la serie Huawei P20 y la unidad de procesamiento de red neuronal (NPU) permiten una fotografía sin esfuerzo. El reconocimiento de objetos y escenas con inteligencia artificial tiene la capacidad de identificar 19 escenarios y objetos diferentes, además de elegir las habilidades correctas para el momento adecuado. El nuevo sistema de cámara avanzado de Huawei es el foco predictivo 4D. Con esta función, la cámara predice el movimiento de los objetos y los enfoca con extrema eficiencia para capturar los detalles de los objetos en movimiento.
La novedad de la serie Huawei P20 es la Composición Asistida por la IA, que proporciona sugerencias inteligentes para enmarcar tomas de grupos y paisajes.
Los dispositivos también cuentan con una pantalla FullView (5.8 pulgadas en el caso de Huawei P20 y 6.1 pulgadas en el de Huawei P20 Pro), con biseles ultradelgados e impresionantes relaciones pantalla-cuerpo, y una pantalla con bordes redondeados para un agarre cómodo.
Huawei P20 se basa en su predecesor, con una cámara dual Leica totalmente nueva que posee un sensor de 12 megapíxeles con un tamaño de píxel de hasta 1.55 µm y un sensor monocromático de 20 megapíxeles que mejora la capacidad de Huawei P20 para tomar fotos en condiciones de poca luz. Además, Huawei P20 y Huawei P20 Pro cuentan con una cámara selfie de 24 megapíxeles con embellecimiento de IA e iluminación 3D en modo retrato. Como resultado, se obtienen llamativos selfies que ajustan el tono de piel y proporcionan al retratado un aspecto más saludable. Los rasgos de la cara se delinean delicadamente gracias al embellecedor y se consiguen mejoras más realistas con el 3D.
La serie Huawei P20 introduce un nuevo sistema avanzado de cámara que acerca a los consumidores las últimas características en el mercado de la fotografía móvil. La firma aúna lo mejor en fotografía para que el cliente tenga una experiencia única.
Huawei P20 Pro cuenta con una triple cámara Leica que destaca por poseer la mayor cantidad de píxeles en el mercado de los teléfonos inteligentes actuales. La configuración de la cámara está compuesta por un sensor RGB de 40 megapíxeles, un sensor monocromático de 20 megapíxeles y un sensor de 8 megapíxeles con lente telefoto. Además, incorpora el nuevo color Leica, un ISP exclusivo y un sensor de temperatura color para una mejor reproducción del color.
Con f / 1.8, f / 1.6 y f / 2.4 de gran apertura para capturar detalles nítidos y claros con una claridad perfecta, Huawei P20 Pro también incluye una nueva lente Leica VARIO-SUMMILUX con zoom óptico de 3x para capturar fotografías de largo alcance de hasta 5x Zoom Híbrido, así como un sensor de imagen altamente sensible de 1 / 1.7 pulgadas.

SOBRESALIENTE

META 4

Meta4 ha anunciado los resultados financieros de su último ejercicio. El 2017 ha sido un año extraordinario para la multinacional tecnológica española, registrando una cifra récord de ingresos con una facturación de 67 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 6% con respecto al año anterior.

NEXICA

La compañía tecnológica Nexica alcanzó en 2017 una facturación de 11,5 millones de euros, lo que supone un 13% más en comparación con los 10,2 millones de euros que ingresó en 2016, gracias a la expansión geográfica de la empresa en el territorio español y la consecución de nuevos contratos.
El objetivo de la compañía para este año 2018 es alcanzar los 14 millones de euros en concepto de ingresos, lo que representa un 22% de incremento en la facturación respecto al ejercicio pasado.

MUY DEFICIENTE

ELECCIÓN DEL SOFTWARE

Sólo el 29% de las empresas han instalado con éxito su software, según el Informe CHAOS. Y es que la búsqueda del programa empresarial adecuado para cada negocio requiere una doble inversión: tiempo y dinero. Para encontrar la herramienta que mejor se adapte a las necesidades de cada compañía hay que tener en cuenta las características de la propia empresa y las posibilidades que ofrece el mercado.

ROBO DE IDENTIDAD

En un sondeo realizado por Affinion, el 89% de las personas admitieron desconocer si han sido víctimas de un robo de identidad o ciberataque. Según cifras de la Oficina Europea de Estadística (Eurostat) recogidas por la compañía especializada en obtención de datos de usuario Hocelot, una persona tarda una media de 5,4 meses en percatarse de que está siendo víctima del robo de identidad

Synology Active Backup 2.0 para Office 365

Synology ha presentado la versión beta de Active Backup para Office 365 que ofrece soporte adicional para el correo electrónico, contactos y protección de la información del calendario, además del soporte existente de OneDrive for Business, lo que permite controlar mejor los datos manejados a través de Microsoft Office 365. Los paquetes disponibles en Active Backup permiten consolidar de manera fácil los datos dispersos en entornos físicos, virtuales y en la nube en una sola copia de seguridad centralizada.

Las principales características de esta versión beta de Active Backup para Office 365 incluyen:

Protección de datos del correo electrónico, contactos y calendario

Se pueden hacer copias de seguridad de los buzones del correo personal y compartido, junto con su estructura de carpetas y archivos adjuntos, los contactos y calendarios de cada usuario. Esto permite a las empresas proteger y retener de manera eficiente sus datos contra posibles pérdidas, eliminaciones accidentales o ataques externos maliciosos.

Restauración granular, búsqueda y exportación

Active Backup para Office 365 ofrece una capacidad de filtrado por palabra clave más eficiente con la nueva función de búsqueda de contenido. Desde ahí, los usuarios pueden encontrar fácilmente el correo electrónico correcto y restaurar y descargar un solo archivo, correo, documento adjunto, contacto o evento del calendario desde un portal de recuperación auto-servicio, sin tener que restaurar una copia de seguridad completa.

Capacidades de gestión mejoradas

Un nuevo diseño del panel para la administración centralizada proporciona transparencia a los administradores sistemas para la protección del histórico de información y también protección a tiempo real del correo electrónico, contactos, calendario, servicios del disco, consumo del almacenamiento utilizado por cada servicio y usuarios principales, y transmisión histórica de datos desde una sola interfaz. Además, la función de detección de cuentas admite la adición automática de usuarios recién creados para la protección del correo, los contactos y el calendario, evitando la configuración manual cada vez que haya un nuevo usuario.

Por Fernando Jofre

Abandonar el Legacy

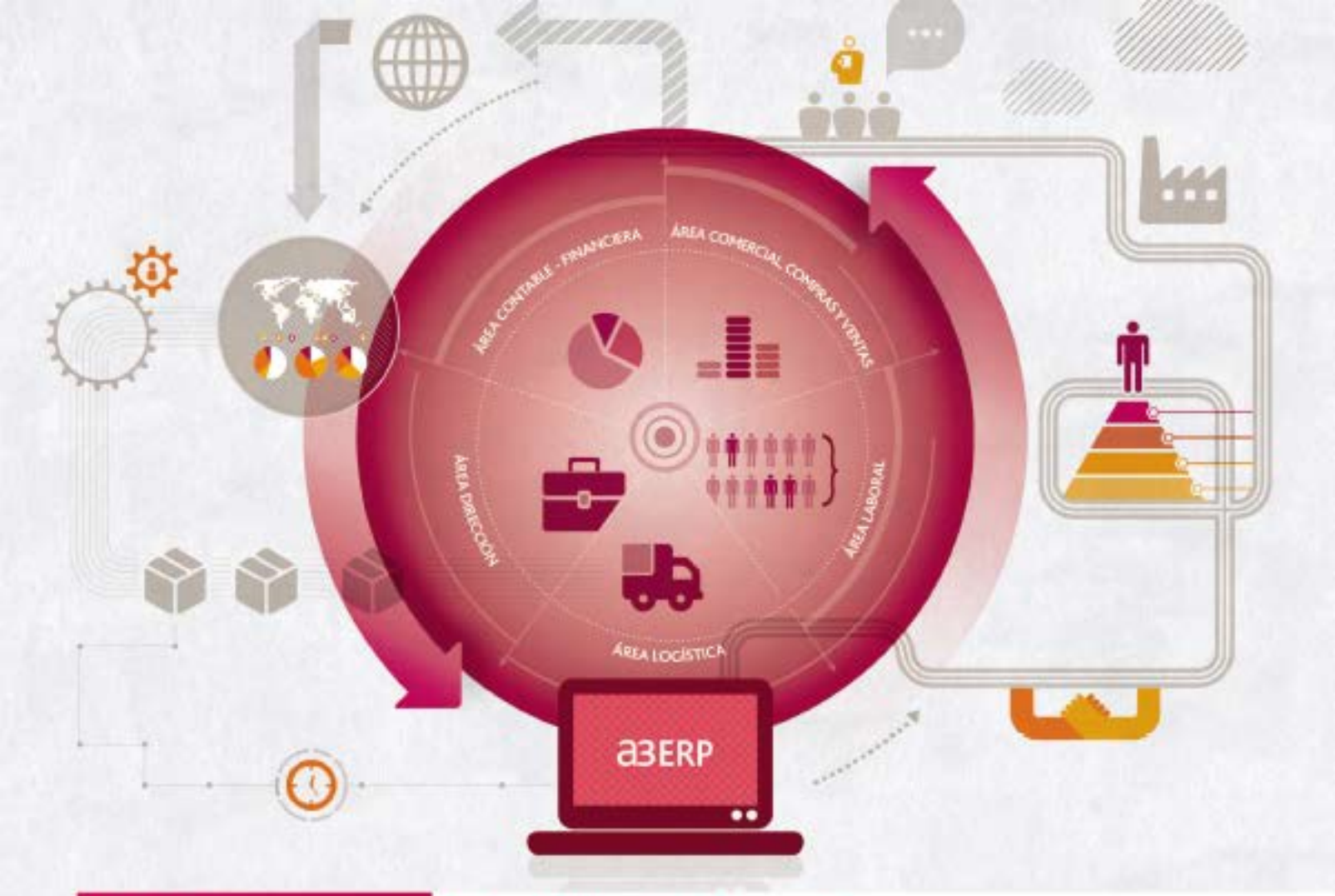
Según un estudio de Cloud Industry Forum (CIF) en colaboración con Vanson Bourne y realizado a finales de 2017, el 89 % de los CIOs considera los sistemas legacy como un verdadero desafío a la hora de llevar a cabo procesos de transformación digital.

Para un 46% de los directivos cualquier cambio en estas infraestructuras supondría una interrupción comercial importante, y a un 40% le costaría bastante reemplazarlas. Si estos datos ya de por sí son preocupantes, no lo es menos el hecho de que un 30% reconoce tener una capacidad limitada para mantener sus infraestructuras obsoletas. Y para un 27% no existe una hoja de ruta clara para la migración de sus aplicaciones críticas de negocio.

El "problema" es que los mainframes, en los que tradicionalmente ha recaído la responsabilidad de muchas aplicaciones críticas de medianas y grandes organizaciones, han demostrado a lo largo de muchas décadas su fiabilidad y buen rendimiento. Pero no son compatibles con la explotación de las nuevas tecnologías de próxima generación, asunto que sólo se puede resolver con grandes inversiones de capital (CAPEX). Y es algo que choca con la tendencia de incrementar el gasto en operaciones (OPEX), financieramente más atractivo.

Para mitigar estas dependencias, los responsables de TI han estado llevando a cabo iniciativas de reducción de costes enfocándose en tecnologías como la virtualización, que permiten hacer más con menos recursos para hacer crecer el negocio.

Pero a la problemática del legacy se añade una escasez de profesionales especializados y necesarios para mantener estos sistemas heredados. Lamentablemente, la transformación no es ya una opción, sino un imperativo. Uno de los pilares fundamentales del desarrollo tecnológico de esta transformación es la nube, porque ofrece la plataforma de flexibilidad e innovación, de optimización de recursos y de agilidad de negocio. IDC considera que llevar a cabo iniciativas de Transformación Digital sin Cloud será prácticamente imposible. Será cuestión de ir soltando amarras… No va a quedar más remedio sin duda. Pero no olvidemos otro asunto, además de la dificultad de integrar los sistemas digitales en los sistemas tradicionales: nos enfrentamos también a los desafíos asociados al cambio cultural dentro de las propias organizaciones de TI.



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

902 330 083
www.wolterskluwer.es

Econocom seguirá creciendo más del 10%

La filial española del Grupo Econocom facturó 290 millones de euros en 2017 y tiene previsto un crecimiento sostenido anual por encima del 10 % en los próximos ejercicios, ayudado por la adquisición de nuevas empresas: en concreto, en las próximas fechas se dará a conocer la toma de una participación mayoritaria de una importante compañía del mercado de la transformación en el punto de venta. Así lo dio a conocer Angel Benguigui, Presidente y Consejero Delegado, acompañado de Susana Gilabert, directora de Marketing, en el curso de una reunión con medios especializados.

Ambos directivos dieron a conocer el compromiso del Grupo con la calidad en el delivery de sus servicios a partir de la puesta en marcha de su nuevo Plan "e for excellence".

Tal y como se puso de relieve, Grupo Econocom ha alcanzado en 2017 una facturación de 2.980 millones de euros frente a 2.536 millones de euros de 2016, lo que supone un incremento del 17,5 %. Reafirmaron asimismo el éxito de su Plan Mutation 2017 lanzado en 2013 y hasta 2018, alcanzando sus objetivos estratégicos consistentes en multiplicar por dos su Cifra de Facturación, hasta 3.000 millones de euros en 2017 y su Resultado Operativo Recurrente, superior a 150 millones de euros en 2017 respecto a los 75 millones de euros alcanzados en 2012.

Todas las Actividades del Grupo han contribuido con esta tendencia creciente, la Actividad Technology Management &Financing (TM&F) ha conseguido una facturación de 1.378 millones de euros; la Actividad Servicios ha superado por primera vez los 1.000 millones de euros (1.007 millones de euros) y la Actividad Products&Solutions ha crecido un 25,2%. Angel Benguigui declaró también que "gracias al excelente equipo de Econocom, durante el año 2017 se ha concretado el éxito del Plan Mutation y hemos iniciado ahora con ilusión el nuevo Plan estratégico "e for excellence", anunciado en Octubre de 2017. La previsión es alcanzar una facturación de 4.000 millones de euros y multiplicar prácticamente por dos el resultado operativo para alcanzar 300 millones de euros en 2022. Nos concentraremos en la calidad del delivery del servicio, la complementariedad entre nuestras Actividades y la búsqueda de valor añadido".

Por Manuel Navarro

Una empresa sin protección

A pesar de que se habla constantemente acerca de establecer políticas de seguridad efectivas, parece que las empresas no son conscientes de los riesgos que corren. Y es que, pese a que las grandes compañías son cada vez más conscientes del riesgo que supone la creciente sofisticación de los ciberataques, el 89% de los directivos encuestados en el estudio Global Information Security Survey (GISS) de EY señala que las medidas de seguridad implementadas por sus compañías no son capaces de responder totalmente a las necesidades del negocio. Para la elaboración de este informe, la Firma ha sondeado a 1.200 ejecutivos de compañías de todo el mundo para analizar cómo reaccionan ante las ciberamenazas en el actual ecosistema digital.

Según el informe, los directivos identifican tres vulnerabilidades principales que les impiden contar con el sistema adecuado de ciberprotección: el 59% de los encuestados señala a las restricciones de presupuesto, el 58% apunta a la falta de recursos especializados, mientras que un 29% lo atribuye a la falta de concienciación y apoyo por parte de la cúpula directiva.

Para responder a este escenario de vulnerabilidad, las compañías están aumentando la dotación presupuestaria destinada a protegerse de los ataques. Así, un 59% de los ejecutivos sondeados para la realización del informe señala que su presupuesto se ha incrementado durante los últimos doce meses. Sin embargo, estos incrementos se estiman insuficientes, ya que el 87% ve necesario que las partidas aumenten un 50% más, mientras que el 12% ve adecuado un incremento de más del 25% en el presupuesto de ciberseguridad.

En la misma línea, el 56% de los directivos consultados dice haber cambiado su estrategia y planificación sobre ciberprotección para hacer frente a la sofisticación de los ataques o está en proceso de rediseñarla.

ENJOY SAFER TECHNOLOGY™

Adapta tu empresa a la nueva normativa de protección de datos

DESLOCK ENCRYPTION

DESCARGA GUÍA GRATUITA GDPR

http://gdpr.eset.es 962913348

CMC se introduce en el sector turístico

"Con el claro objetivo de coger una posición de liderazgo en el sector turístico español", en palabras de Jaime Hortelano, Presidente y CEO de Grupo CMC, esta consultora española se convertirá en uno de los suministradores líderes de soluciones tecnológicas y servicios TIC para el sector turístico, tras la integración de Brújula - Tecnologías de la Información, fundada en el año 2000 con una facturación prevista para este año de 10,5 millones de euros.

"Equilibra nuestro grupo pero también aprovecha la importancia que va a tener la tecnología en el negocio del sector turístico", destacó asimismo Hortelano, para explicar que esta integración aprovechará los puntos fuertes de ambas organizaciones. "A las ya conocidas fortalezas de Grupo CMC, basadas en su experiencia y conocimiento en soluciones tecnológicas para transformar los negocios en la economía digital, se le añade el posicionamiento y especialización tecnológica de Brújula en el sector turístico, que cuenta en su cartera de clientes con compañías líderes en este sector, así como una presencia muy consolidada en el tejido empresarial balear".

Tal y como se destacó, con la mencionada adquisición, Grupo CMC plantea ofrecer al sector turístico tecnología de vanguardia, consolidada ya en otros sectores de actividad como, por ejemplo, Banca, Seguros, Telco, Utilities, Infraestructuras, Automoción y Retail, integrando soluciones tales como Internet de las Cosas (IoT), Realidad Aumentada, Inteligencia Artificial, big data y analítica avanzada y Ciberseguridad.

Asimismo, en este contexto, el Grupo CMC quiere posicionarse en la expansión internacional del sector turístico español, para lo cual cuenta con su actual presencia en Portugal e Italia, así como México y Colombia.

Según las previsiones de negocio del Grupo CMC, que en 2017 facturó 36,3 millones de euros, el área de negocio enfocada en el sector turístico representará un 18% de la facturación del grupo, que prevé para 2018 una cifra superior a 56 millones de euros.

El equipo humano de Grupo CMC también creció en el último año hasta alcanzar una cifra de 820 profesionales, desde los 750 que formaban su plantilla en 2016. A este equipo se suman ahora los más de 150 profesionales de Brújula, con lo que la plantilla total del grupo al inicio de 2018 se sitúa en alrededor de 1.000 profesionales.

CRECIMIENTO

De acuerdo con las estimaciones de la asociación de empresas turísticas Exceltur, el sector turístico español cerró 2017 con un récord de 82 millones de turistas, lo que coloca a nuestro país en el segundo destino turístico mundial, solo por detrás de EEUU.

Este crecimiento se ha traducido, de acuerdo con Exceltur, en un crecimiento del 4,4% del PIB turístico, de forma que su participación en el PIB nacional alcanza un porcentaje del 11,5%, con un volumen de negocio de 134.000 millones de euros y su contribución al empleo se sitúa en el 13%. La previsión de Exceltur de cara a 2018 es mantener esta senda de crecimiento, con un incremento estimado del 3,3%.

Por Óscar González

Facebook y el acuerdo de transferencia de datos

El caso de Facebook y Cambridge Analytica ha sido sonado, una de las noticias del año y la ola de repercusiones tiene un tamaño incierto y todavía se está formando.

En muchos de los procesos que conllevan un intercambio de información del usuario, actúa un acuerdo firmado entre la EU y EEUU acerca de cómo se deben tratar estos datos. El caso Facebook ha vulnerado muchos de los términos de este acuerdo, y se comienzan a pedir explicaciones a nivel institucional.

Lo cierto es que a Zuckerberg le crecen los enanos, y son muchos los frentes que se abren en su contra. Desde la mencionada relación institucional, que puede terminar con severas sanciones, hasta las demandas que están iniciándose a nivel particular. Sin hablar del mero abandono de la red social que no deja de ser otra medida, más silenciosa, de expresar el gran malestar que ha causado esta brecha de seguridad en el tratamiento de los datos personales. El hashtag #DeleteFacebook creo que lo dice todo y expresa el sentimiento de miles de personas acerca del estado actual y posición de la red social. Hasta Elon Musk ha cerrado las cuentas de Tesla y SpaceX, toda una declaración de intenciones. Además, si le sumamos unas pérdidas de aproximadamente 50.000 millones de dólares, y a un buen número de ex-empleados criticando duramente la situación, la situación se muestra más que delicada y necesitada de justo lo que no se está haciendo, que es dar explicaciones y mostrar una hoja de ruta que solvente estas brechas de información y ofrezca una plataforma realmente segura para nuestros datos.

CLOUD
by
arsys

¡SEGUIMOS DANDO LA VUELTA AL CLOUD!

TE PRESENTAMOS EL NUEVO CLOUD HIBRIDO

© 2018. Arsys Internet S.L.U. Promoción válida desde el 1 de abril al 30 de abril de 2018. Consulta condiciones en www.arsys.es/legal

CLOUD

30 DÍAS GRATIS

PRUÉBALO

- SERVIDORES CLOUD Y DEDICADOS EN UN ÚNICO PANEL
- FÁCIL Y RÁPIDO, DESPLIEGUE EN MINUTOS
- PAGO POR USO, SIN INVERSIÓN INICIAL
- ALTO RENDIMIENTO, DISPONIBILIDAD Y FIABILIDAD
- CENTROS DE DATOS EN ESPAÑA, EUROPA Y EEUU
- INNOVACIÓN Y ALTA TECNOLOGÍA A TU ALCANCE

EL MEJOR SERVICIO AL CLIENTE | INNOVACIÓN TECNOLÓGICA | MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

www.arsys.es/cloudhibrido | 902115530

arsys

asLAN se consolida como cita ineludible del sector TIC

Bajo el lema "Enabling Digital Transformation", los próximos días 11 y 12 de abril se celebrará en Madrid el Congreso&EXPO ASLAN2018

El Secretario General de la Asociación, Francisco Verderas, acompañado del Presidente y Vicepresidente, Markel Gruber, y Alejandro Fuster, respectivamente, y otros directivos de asociaciones profesionales, explicaron en rueda de prensa los pormenores que rodearán a esta edición.

La Asociación asLAN, con el apoyo de 119 empresas asociadas y las principales instituciones del sector, organiza esta 25 edición en la que se espera la asistencia de más de 6.100 profesiones [responsables IT, ingenierías, proveedores de servicios...] procedentes de 3.000 empresas de toda España, lo que supondrá un crecimiento de doble dígito respecto a la edición anterior.

Según Markel Gruber, "el sector vive un momento excepcional: la Tecnología está en la estrategia corporativa de cualquier organización que quiera sobrevivir en el medio plazo. Con más de 20 billones de dispositivos conectados y la hiperconectividad de personas, cosas e infraestructuras IT, la red ha colonizado el mundo y ofrece una base para comenzar una nueva etapa en la que la seguridad de la información, el análisis de datos y la integración de servicios desde la nube hará cambiar los modelos de negocio de las empresas en los próximos 10 años más de lo que ha cambiado en estos 25". La Asociación refleja este buen momento habiendo superado este mes de marzo el máximo histórico de empresas asociadas, una participación de 124 empresas participantes en el Congreso y con una previsión de asistencia de 6.100 visitantes profesionales.

Reunir a las compañías líderes en innovación IT mundial con todos los interesados en estas tecnologías en España, es el principal objetivo de este tradicional encuentro que en esta 25 edición tendrá lugar en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid. La Zona EXPO, que supera los 3.500 m2 se complementa con un amplio Programa de Conferencias en el que intervendrán más de 100 ponentes con intervenciones destacadas como al Jaime Pereña, Director Global de Marketing y Estrategia en Inteligencia Artificial de Microsoft, José Luis Goberna, Director del Centro de Sistemas y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Ministerio de Defensa o Julio Collado, CIO de Prisa.

"Ciberseguridad, inteligencia e infraestructuras conectadas" son los tres grandes ejes en torno a los que se presentarán las principales novedades y girará un amplio programa de conferencias:

Tres Foros Tendencias Tecnológicas:

- Inteligencia y Seguridad en torno al activo de la era digital.
- Hybrid Cloud y SmartDataCenter: El Corazón de la Economía Digital
- Seguridad e Innovación IT para la Transformación Digital

Cuatros "Speakers Corriers" en las Areas de Innovación:

- Seourity & Analytics & Artificial Intelligence
- loT & WíFi & Networks
- Cloud & Collaboration Fr Mobility
- Hybrid Cloud& DataCenter

Además tendrán lugar los tradicionales Coloquios dirigidos CIOs e IT Managers que tendrán lugar bajo el título "25 años. Todo conectado. Ahora el gran cambio. Tecnología en la Estrategia Corporativa".

SER GROUP

Si el estándar no funciona, simplemente crea uno nuevo.

Mejores procesos con el BPM de Doxis4

Para aquéllos que no quieren limitar las decisiones de sus usuarios a solo 2 posibilidades. El nuevo BPM de Doxis4 añade los procesos semi-estructurados modelados ad-hoc al modelo tradicional de procesos predefinidos. Además, es capaz de combinar ambos tipos de procesos en una sola solución BPM, integrada de forma nativa en nuestra plataforma Doxis4 iECM.

SER Solutions Iberia S.L.
www.ser-solutions.es
info@ser-solutions.es

Foro Asesores Wolters Kluwer pone el foco en el liderazgo femenino

Wolters Kluwer ha reunido en Barcelona a más de 1.300 representantes de despachos y asesorías en su 24º Foro Asesores.

Manuel Navarro

Bajo el título "El Camino de la Excelencia", el evento de referencia del sector se ha centrado en la importancia del pensamiento femenino y de las nuevas generaciones digitales para impulsar la transformación del despacho, además de contar con las claves ofrecidas por expertos de otras áreas para evolucionar el sector, como el economista Xavier Sala-i-Martin y el formador Victor Küppers.

La 24 edición del Foro Asesores, que cada año reúne a miles de asesores en Barcelona y Madrid, entre otras ciudades, ha empezado con los #DesayunosForoWK, unas breves e inspiradoras sesiones que han ofrecido interesantes pautas acerca de cómo evolucionar la gestión del negocio del despacho y la relación con los clientes e incrementar el valor de los servicios ofertados.

El evento, celebrado en el Teatre Nacional de Catalunya y presentado por la periodista Glòria Serra, ha continuado con la intervención de Josep Aragonés, Director General de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España, que ha presentado estrategias de éxito para la evolución hacia el Despacho 4.0. "El despacho debe transformarse como lo están haciendo los demás sectores, modificando sus procesos y abriendo nuevas perspectivas que pueden convertirse en nuevas oportunidades", ha afirmado, tras poner como ejemplo el "modelo colaborativo" entre el asesor y sus clientes mediante la integración de herramientas de trabajo que mejoran su relación, así como su productividad y eficiencia. Aragonés ha recordado que Wolters Kluwer, como mutinacional líder mundial en el desarrollo de soluciones de gestión para despachos y empresas, está al frente de la transformación que requiere el sector para acompañarle en esta evolución.

UNA NUEVA VISIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DEL DESPACHO

Sobre transformación ha continuado hablando Xavier Sala-i-Martín, Asesor Económico Jefe del Foro de Davos y profesor de Economía en Columbia, que ha analizado el impacto de la cuarta revolución industrial en las empresas en general y en los despachos profesionales en particular. El economista, que ha recurrido al efecto colibrí para explicar el impacto que el clúster del cristal de Murano de la Edad Media ha acabado teniendo en el progreso y bienestar de la humanidad, ha advertido a los asesores que la transformación en la que estamos inmersos les impactará tarde o temprano y les ha recomendado, para afrontarla con éxito, que abracen el cambio, se cuestionen todos los aspectos de su negocio, y que sean flexibles y con capacidad de adaptarse y experimentar nuevos modelos.

PENSAMIENTO FEMENINO

El 24º Foro Asesores se ha adentrado a continuación en las claves del pensamiento femenino para impulsar el crecimiento del despacho. Ha introducido el tema Mercè Brey, Fundadora de Blue Transforming Power, con la ponencia "Liderazgo femenino es sinónimo de rentabilidad… ¿Y si no fuera cuestión de género?", seguida de una mesa redonda en la que ha debatido con Giuseppe Cavallo, experto de Marketing y Comunicación, y Noemí Boza, empresaria impulsora de eventos sobre liderazgo femenino, acerca de cómo implementar en la dirección del despacho y de la empresa en general virtudes y valores femeninos o asociados a la mujer, como la cooperación, la flexibilidad, la empatía…, para complementar el pensamiento masculino y mejorar la eficacia y la competitividad del negocio.

Premios Byte TI

18 de abril de 2018

Haremos entrega de los siguiente premios

- Personalidad del año
- CIO del año
- Mejor Director de Marketing
- Mejor Director de Comunicación
- Mejor empresa de Ciberseguridad
- Mejor empresa de Servicios IT
- Mejor empresa de Consultoría
- Mejor solución Transformación Digital

y muchos otros más.

Confirma tu asistencia

byte TI

www.revistabyte.es

Patrocinan:

Premio Byte TI al mejor servidor del año

Dell EMC PowerEdge R740

Se trata un servidor para rack disponible hasta en cuatro versiones para adaptarse a las necesidades de los diferentes negocios. Una ventaja del equipo es que maximiza el rendimiento de las aplicaciones con la combinación óptima de tarjetas aceleradoras, la potencia de computación (y almacenamiento en una plataforma de dos sockets) en sólo 2U de espacio en rack.
Además de la infraestructura de escritorio virtual, el servidor es idóneo también para cargas de trabajo relacionadas con la nube privada, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.
Con el fin de expandir y optimizar el rendimiento de las aplicaciones, el PowerEdge R740 permite escalar hasta tres tarjetas de acelerador de 300 W o seis GPU de 150 W. Esta característica refleja la versatilidad que proporciona y que resulta básica para poder adaptarse prácticamente a cualquier clase o tipo de aplicación. A este respecto, además, puede llegar a ofrecer un máximo de 16 unidades de 2,5 pulgadas o la mitad, ocho, con un tamaño de 3,5 pulgadas cada una.
Gracias a iDRAC9 es posible ampliar para dar respuesta a todo tipo de demandas y simplificar todo el ciclo de vida de TI.
El servidor Dell EMC PowerEdge R740 ha sido desarrollado para soportar hasta dos procesadores Intel Xeon SP y un máximo de 28 núcleos por procesador. Asimismo, también es posible liberar espacio de almacenamiento utilizando memorias SSD con interfaz M.2; interfaz que se caracteriza entre otros motivos por su optimización para el arranque. El hecho de ampliar las implementaciones de VDI con tres GPU de doble ancho significa admitir hasta un 50% en comparación con su predecesor, el modelo R730.
Además, al incorporar la tecnología del procesador Intel Xeon Platino se pueden gestionar los datos en aumento, la tecnología de nube, los problemas de seguridad y las exigencias de las cargas de trabajo siempre cambiantes gracias a las ventajas siguientes:
· 10 veces más IOPS en un clúster de vSAN
· Compatibilidad con hasta un 50% más de usuarios de interfaz de dispositivo virtual por servidor
· Resolución de problemas un 90% más rápida

SEGURIDAD

Uno de los apartados en los que destaca el servidor es el de la seguridad. El PowerEdge R740 aprovecha las características de seguridad implementadas por Dell EMC para fortalecer la protección que demandan las empresas y que los datos permanezcan siempre a salvo. Entre otras características hay que destacar que los arranques resultan seguros; se apuesta por paquetes de firmware firmados criptográficamente y se evitan cambios no autorizados o maliciosos gracias a Server Lockdown. En el caso de System Erase, esta opción se aplica como sistema de limpieza que elimina todos los datos de medios de almacenamiento, incluidos discos duros, unidades SSD y memoria del sistema de una forma rápida y segura.
Destaca también la automatización de la administración de sistemas gracias OpenManage. Y es que Dell EMC OpenManage contribuye a ofrecer una óptima eficiencia para los servidores PowerEdge con administración inteligente y automatizada de las tareas de rutina. En combinación con funcionalidades únicas de administración sin agentes, este servidor se administra de manera fácil, liberando tiempo para proyectos de alto perfil. Así, la consola OpenManage Enterprise simplifica tareas vinculadas a la administración, con creación de informes personalizados y descubrimiento automático.
Aprovechando las capacidades y funcionalidades de QuickSync 2 es posible obtener acceso a la máquina a través de dispositivos móviles.
También es posible disponer de diagnósticos proactivos y aprovechar las consolas de administración existentes con las sencillas integraciones para VMware vSphere, Microsoft System Center y Nagios. El centro neurálgico, donde se encuentra el procesador, admite hasta dos Intel Xeon SP y 28 cores por procesador. En cuanto a la memoria, es posible alternar entre 24 slots DIMM DDR4 con 3 Terabytes de tamaño máximo y 12 NVDIMM y capacidad de hasta 192 Gbytes. Y para el disco duro, la capacidad alcanza la cifra de 60 Terabytes en el caso de las unidades de 2,5 pulgadas y máximos de 80 Terabytes para los de 3,5 pulgadas.
Con administración integrada, soporta fuentes de alimentación de conexión en caliente con redundancia completa y un tope de seis ventiladores, también de conexión en caliente y con redundancia completa. Se contemplan opciones de tarjeta secundaria de red (4 de 1GE ó 2 de 10 GE + 2 de 1 GE ó 4 de 10 GE ó 2 de 25 GE) y elevadora con hasta 8 slots PCIe Gen 3, con un

Ignacio de Castro, Senior Sales Engineer.
Dell EMC - Global Compute & Networking Group

"Ofrecemos acceso a los últimos avances tecnológicos"

¿Cuál es la propuesta de Dell EMC para el mercado de los servidores y en qué se diferencia de otras propuestas?

Dell EMC es un líder en el mercado de computo con 14 generaciones de servidores en su historial. Hemos llegado aquí siguiendo una estrategia marcada por las necesidades de los clientes y la transformación constante que ha tenido el mercado a lo largo de estos años. Nuestra propuesta actual se adapta a las necesidades de las distintas tipologías de clientes que hay en el mercado, ya sean pymes, medianas empresas o los grandes proveedores de cloud nacionales e internacionales. Es diferencial en nuestra propuesta que independientemente del servidor elegido, ofrecemos acceso a los últimos avances tecnológicos, integrando aspectos diferenciales en torno a la seguridad, la gestión, el ciclo de vida simplificada y por supuesto un soporte global.

¿Cuáles son las necesidades más acuciantes que tienen las empresas?

Vemos dos aspectos en la demanda de servidores: por un lado, se busca la adaptabilidad y escalabilidad de los equipos para incorporar los últimos avances, de tal forma que los equipos estén preparados para afrontar las cargas de trabajo actuales y futuras permitiendo dar mayor agilidad a la infraestructura de IT. En segundo lugar, hay una demanda muy importante en torno a la seguridad y la gestión. Los responsables de IT buscan que los equipos dispongan de los elementos de gestión necesarios para minimizar los costes de operación a lo largo de su ciclo de vida y garantizar la estabilidad y seguridad de los entornos.

¿Qué aporta la hiperconvergencia y en qué consiste la filosofía de Dell EMC?

La hiperconvergencia es una realidad en muchos centros de datos. No hablamos ya de entornos de pruebas o desarrollo, sino de grandes entornos críticos de producción ejecutándose en plataformas hiperconvergentes. Es una tecnología que permite crecimientos modulares de la infraestructura de IT aportando gran flexibilidad y rendimientos superiores a los de muchos sistemas tradicionales y por tanto adaptándose muy bien a las necesidades cambiantes del negocio.

DellEMC ha diseñado una gama de servidores con gran capacidad de adaptación para cumplir con los requisitos que imponen las soluciones de software hiperconvergente. Por ejemplo, tenemos sistemas que incrementan su densidad de disco más allá de las 24 bahías de 2,5" de tipo SAS o NVMe de tal forma que se puedan cumplir las expectativas de rendimiento de los entornos más exigentes. Incorporamos opciones de conectividad de 10 y 25Gb en placa para poder garantizar el ancho de banda de las nuevas plataformas y optimizar los diseños de red de estas plataformas o para los clientes que buscan la mayor densidad tenemos soluciones hiperescalables que van desde chasis discretos de 2U a racks completos configurados a la medida de sus necesidades.

Por otro lado, ponemos a disposición de los clientes un conjunto de soluciones de valor añadido donde incorporamos las capas de computo, software y soporte integral con los distintas alternativas de SDS existentes en el mercado, ReadyNodes, VXRail, etc.

¿Cómo acompaña Dell EMC a sus clientes en la evolución de sus centros de datos?

DellEMC tiene un abanico de productos y soluciones que puede estar presente en cualquier punto de nuestro centro de datos. Hablamos de sistemas de conectividad de alto rendimiento; sistemas de almacenamiento que nos ofrecen el máximo rendimiento para distintos protocolos existentes; sistemas de backup o soluciones hiperconvergentes. Lo principal es que todas estas opciones están basadas en estándares.

¿Y la seguridad?

El número de avances técnicos que incorporamos en los equipos de la generación 14 es muy elevado. Muchos de ellos son en torno a la seguridad del servidor que se convierte en el centro de la infraestructura cuando hablamos de soluciones definidas por software. Por citar alguna de estas características: el arranque seguro con tecnología Intel Boot guard, el sistema de recuperación de Bios que permite un inicio seguro del sistema operativo y el uso de certificados en toda la cadena de suministro.

También la tecnología de System Lockdown, que evita que software malintencionado o errores humanos modifiquen sin autorización la configuración del entorno garantizando un entorno más estable. System Erase, que permite la correcta gestión del ciclo de vida de los datos del servidor realizando el borrado seguro de los componentes del mismo en caso de necesidad.

NUEVO

PERO NO NAC

AYER

CSC Y HPE ENTERPRISE SERVICES
AHORA SON DXC TECHNOLOGY.

DXC.technology/GetItDone

D.
CIDO
R.
DXC.technology
THRIVE ON CHANGE.

Premios 2018

Pilar López, presidenta de Microsoft, Miguel Ángel Fernández, director general de marketing de LG Iberia y María Zaragoza, directora de marketing y comunicación de Epson, recibirán los tres principales galardones en la ceremonia de entrega de los premios Byte TI 2018. Asimismo otras 24 empresas recibirán el galardón a los mejores productos, soluciones y servicios. Por su parte, Jordi Bueno, de Nationale-Nederlanden recibirá el premio al CIO del año. Este es el listado de los ganadores.

Personalidad del año

PILAR LÓPEZ, PRESIDENTA DE MICROSOFT

Tras casi tres años dirigiendo la filial española, esta directiva ha logrado transformar a Microsoft y posicionarla, nuevamente, entre las principales empresas tecnológicas de nuestro país. Microsoft, ya no solo vende software. Ahora mismo es uno de los líderes en inteligencia artificial, cloud computing o big data lo que le posiciona como una compañía perfecta para que las empresas puedan abordar su transformación digital. Los resultados, además acompañan y dentro de los mismos, destaca los ingresos que obtienen por Office 365. López, es en gran medida la principal responsable de la buena marcha de la multinacional de Redmond en España.

Mejor director de marketing

MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ, DIRECTOR GENERAL DE MÁRKETING DE LG IBERIA

LG Iberia encargó hace un año el área de marketing a un profesional de extensa y exitosa trayectoria en la casa, Miguel Ángel Fernández. Hasta entonces, Fernández había estado al frente de áreas críticas para la compañía como sus gamas marrón y blanca, además de la de B2B, todas ellas, en amplio crecimiento en los últimos años en cuanto a ventas y rentabilidad. En un año al frente de esta nueva responsabilidad, LG se ha posicionado como un referente tanto en el área de consumo como en el área de empresa.

Mejor directora de comunicación

MARÍA ZARAGOZA, DIRECTORA DE MÁRKETING Y COMUNICACIÓN DE EPSON IBÉRICA

Toda una veterana del sector que además de la direcciópn de marketing también lleva la de comunicación. En ambas facetas, su labor es encomiable. Su trabajo constante y diario en la multinacional Epson acreditan la excelente labor de esta profesional del marketing y de la comunicación

Mejor portátil híbrido

HP x360 1020 G2

Se trata de un equipo perfecto para profesionales viajeros que necesitan los portátiles más resistentes y mejor equipados de su categoría, con sistema y rendimiento gráfico mejorados para un entorno de TI

Mejor Servidor

Dell EMC PowerEdge R740

Además de la infraestructura de escritorio virtual, el servidor Dell EMC PowerEdge R740 es idóneo también para cargas de trabajo relacionadas con la nube privada, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático

Mejor Monitor

Philips 328P6AUBREB

Este monitor QHD incluye High Dynamic Range (HDR) e incorpora Adobe RGB, QHQ y USB-C. Con un panel de 32 pulgadas, el 328P6AUBREB, ofrece una gran calidad de imagen y conexión USB-C para mejorar la productividad y ofrecer una mayor comodidad al usuario.

Mejor consultora

Accenture

Accenture es el socio que necesita la empresa para poder realizar la transformación digital gracias al aporte de innovadoras ideas. Se trata de un socio con un profundo conocimiento del sector, que tiene una de las mejores visiones de la industria TIC. Con experiencia en más de 40 industrias permite a la empresa alcanzar el máximo nivel de rendimiento.

Mejor service provider

OVH

Con más de 1.300.000 clientes en todo el mundo OVH se caracteriza por sus innovadoras ofertas así como por su apuesta continua por la I+D. La compañía cuenta con 27 data centers en explotación y capacidad

Mejor solución de Infraestructura como Servicio

Oracle IaaS

Con una completa oferta que incluye servicios de contenedor, prestaciones nativas, red, almacenamiento y capacidad informática, los servicios de infraestructura de Oracle fomentan el valor empresarial. La nube empresarial de Oracle permite a las organizaciones ejecutar cualquier carga de trabajo.

Premios 2018

Mejor impresora multifunción

Brother MFC-L9570CDWTSP

La impresora Brother MFC-L9570CDWTSP es idónea para entornos profesionales con volúmenes de impresión de hasta 6.000 páginas mensuales. Este equipo multifunción Brother cuatro en uno (dúplex en todas sus funciones), integra de serie la característica SecurePrint+, una prestación que incide en la seguridad de este tipo de dispositivos.

Mejor solución de IoT

V by Vodafone

V by Vodafone permite a consumidores poder conectar y gestionar una amplia gama de dispositivos inteligentes como localizadores GPS para coches, cámaras de seguridad 4G, trackers para localizar y monitorizar la actividad de mascotas, maletas, mochilas o llaves.

Empresa de canal

Tech Data

Tech Data conecta el mundo con la potencia de la tecnología. Su portfolio de productos, servicios y soluciones de extremo a extremo, habilidades altamente especializadas y conocimiento experto de tecnologías de nueva generación permiten a los partners del canal de distribución llevar al mercado los productos y soluciones que el mundo necesita para conectar, desarrollarse y avanzar.

Solución de seguridad corporativa

Sophos Intercept X.

La principal característica de Sophos Intercept X es que se trata de un producto de seguridad enpoint de última generación que detiene el malware de día cero, los ataques sigilosos y las variantes exploit desconocidas, e incluye una funcionalidad avanzada antiransomware.

Mejor smartphone

Huawei P20. El primer smartphone que incorpora la triple cámara, lo que potencia de forma sensible la calidad de las imágenes. Asimismo incorpora una pantalla infinita que la multinacional china ha mejorado de forma notable con respecto a su predecesor. Sensor de huellas, 128 GB de almacenamiento, 6Gb de memoria RAM y 4.000 mAh son algunas de sus otras prestaciones

Mejores servicios de impresión gestionada

Servicios MPS Lexmark Los servicios de Lexmark destacan por ofrecer una gestión efectiva en entornos de clientes altamente distribuidos, además de operaciones centralizadas. Esta propuesta es particularmente atractiva para grandes empresas que operan a través de múltiples ubicaciones.

Mejor empresa de ciberseguridad

Kaspersky Lab. El profundo conocimiento de las amenazas y la experiencia en seguridad de Kaspersky Lab se está continuamente transformando en soluciones de seguridad y servicios para proteger a empresas, infraestructuras críticas, gobiernos y consumidores. Cuenta con uno de los más extensos portfolios de seguridad del mercado.

Mejor solución de Almacenamiento

Fujitsu ETERNUS AF250 S2

Fujitsu ETERNUS AF250 nos encontramos ante una propuesta recomendada para entornos con grandes exigencias en lo que a rendimiento y datos se refiere. Es es un sistema all-flash que pone especial énfasis en su rendimiento IOPS con menor latencia

Mejor solución hiperconvergente

Lenovo Converged HX Series

Los sistemas Lenovo Converged HX Series integran el software Nutanix en los servidores altamente fiables y escalables de Lenovo. Estos dispositivos se suministran completamente integrados, probados y configurados

Mejor solución para la transformación digital

Econocom digital for all now

La aproximación de sus negocios al mundo digital, tanto desde el punto de vista funcional como visual, pasa por su transformación digital para el desarrollo de su negocio y su imagen corporativa. Econocom ayuda a las empresas en su transformación digital con la elección de de soluciones específicas y adaptadas a las necesidades de cada cliente.

Mejores iniciativas para atraer talento digital

IECISA: **está apostando por una serie de iniciativas en el ámbito universitario fomentando e incentivando la innovación tecnológica: Es la primera consultora que patrocina la liga universitaria eSports, que reúne a 50 universidades de todo el país. Además ha puesto en marcha el Proyecto Talento, por el que alumnos en el último año de estudios podrán acceder directamente a parte de sus procesos de selección. Desarrolla acciones para acercar a los estudiantes al mundo laboral mediante el programa CertificaTEC. Mantiene acuerdos con varias universidades y organiza anualmente los Premios EbiC con la Universidad de Oviedo y los Premios Talent TIC con la Universidad de las Islas Baleares, premiando los trabajos fin de estudios que se fundamenten en la aplicación de las TIC.**

Mejor CIO

Jordi Bueno, CIO de Nationale-Nederlanden

Después de separarse del Grupo ING, Nationale-Nederlanden, una de las mayores aseguradoras a nivel mundial, tuvo que afrontar un importante proceso de renovación, que incluía la parte tecnológica. Jordi Bueno, CIO de Nationale-Nederlanden, ha sido el responsable de llevar a cabo dicho proceso de transformación digital.

Mejor ERP

a3ERP de Wolters Kluwer

Se trata de una solución integral de gestión para los negocios de tamaño pequeño y mediano que aporta una visión 360º de todos los procesos (tanto productivos como administrativos) de una compañía

Mejor solución para GDPR

DESlock de ESET

Se trata de una aplicación de cifrado de datos fácil de usar para todo tipo de empresas. Aprovéchate de la instalación optimizada reduciendo el tiempo de puesta a punto a los administradores. Del lado del cliente requiere una mínima interacción del usuario, lo cual mejora el cumplimiento de políticas de seguridad de la información.

Mejor Portátil profesional

Toshiba Tecra X40-E-10U

El Tecra X40 incluye todo lo que un profesional necesita. Este equipo ofrece un rendimiento de nivel empresarial que proporciona la última generación de procesadores de las series Intel Core U. Además de su aspecto fino y ligero, que está diseñado para resistir la presión del día a día ofrece importantes medidas de seguridad como la BIOS propia de Toshiba o la autenticación de dos factores

Planificar la transformación digital

Sí, en los últimos años sólo ha oído un par de palabras: transformación digital. Y lo seguirá escuchando. Porque la transformación digital es una realidad necesaria. Para hablar sobre ella, BYTE TI organizó un desayuno que contó con la presencia de Gonzalo Trigo, Director de Innovación y Business Value de Vass; César Moreno, Business Developer Manager de Canon; Miguel Ángel Valdivia, dirección de canal de venta directa de Madrid de Wolters Kluwer de Wolters Kluwer; Javier Gallego, Sales Engineer Sr. Manager de Dell EMC; Susana Gilabert, Directora de Marketing & Comunicación de Econocom; Fernando Goñi Director de Industria: Comsumer, Retail & Transportation de DXC y Miguel Ángel Turrado, Chief of Staff de HP.

La transformación digital no se puede parar. Tal y como aseguraron la totalidad de los participantes no ya es que sea necesaria sino que es obligatoria, aunque dependiendo de quién sea la persona que hable, la digitalización pasa por unos elementos u otros. Así por ejemplo, para Gonzalo Trigo, Director de Innovación y Business Value de Vass, "la transformación digital, son una serie de cambios que producen beneficios pero también amenazas." Para este directivo la clave de la transformación digital se encuentra en "la gran cantidad de datos que tenemos y que permitirán transformar las oportunidades en negocio". Por su parte, César Moreno, Business Developer Manager de Canon, aseguró que la en la transformación digital hay tres áreas destacadas, "la tecnología, que impulsa los cambios, los procesos y por último, las personas, que son quienes interactúan en esos procesos".
Miguel Ángel Valdivia, de la dirección de canal de venta directa de Madrid de Wolters Kluwer afirmó que la transformación digital se centra en "tomar lo positivo y quitar lo negativo de lo que estamos haciendo y hacerlo de forma digital. Una vez sumado todo eso se trata de llevar a números, los comportamientos". Javier Gallego, Sales Engineer Sr. Manager de Dell EMC cree que la transformación digital es "un reto que tiene que ver con tener éxito y perdurar en el tiempo. Se trata de extraer más información del dato, desarrollar nuevas aplicaciones. Para mi, la digitalización pasa por la transformación de las TIC, luego por la transformación del puesto de trabajo y por último, por la transformación de la seguridad". Susana Gilabert, Directora de Marketing & Comunicación de Econocom, puso énfasis en algo a lo que no se presta especial atención cuando se habla de digitalización, que no son otros que las personas. En su opinión "la transformación digital se centra en el usuario. Es el usuario el que toma el control de la transformación digital, para lo cual, además, debe de haber una solidez en la parte de la infraestructura tecnológica". En este sentido, Fernando Goñi, Director de Industria: Comsumer, Retail & Transportation de DXC considera que "se trata de cómo poder integrar la tecnología ya existente, y eso va a tener un impacto en nuestros clientes, generar nuevos riesgos que antes no existían y abrir la mente a factores externos inseguros que antes no existían". Finalmente, Miguel Ángel Turrado, Chief of Staff de HP, afirmó que "transformar siempre se ha transformado y además puede traer ventajas tanto a empresas como a usuarios y trabajadores. Por ejemplo, si hablamos de impresión en 3D, ésta hace que cambien las cosas y hace que vengan trabajos que antes estaban deslocalizados".

QUÉ FALTA

Turrado cree que "a la empresa le falta creérselo porque les cuesta compatibilizarlo con lo que estaban haciendo hasta ahora. El mayor obstáculo es la cultura de las compañías. Eso es lo que más cuesta a pesar de que la tecnología para realizar los cambios existe. Otra es la inversión económica y finalmente, la escasez de recursos preparados para llevar a cabo esta transformación". Fernando Goñi puso el foco en los empleados cualificados: "el caso más claro de la falta de recursos, lo vemos por ejemplo en la escasez de científicos de datos. Las empresas tienen que ver qué necesidades tienen y que recursos tienen dentro y cuáles los van a tener que buscar fuera. El conocimiento, muchas veces está en los propios empleados. Se necesitan perfiles nuevos y eso es lo que no están

encontrando".
La falta de conocimiento de las ventajas que conlleva la transformación digital así como por dónde hay que empezar o cuáles son las herramientas con las que contar son algunos de los hándicaps para llevar a buen puerto la digitalización. Así lo mostró Susana Gilabert de Econocom: "Hay falta conocimiento por parte de las empresas porque para una compañía la transformación digital puede ser subir productos al cloud, para otra hacer un catalogo online y para otra llevar a cabo una estrategia de movilidad. En la transformación digital es importante que haya un valor corporativo, alguien lidere esa transformación y ese líder debe ser el CEO". Javier Gallego consideró que la clave es que "la tecnología era una parte de la compañía y ahora es un motor. Hace falta refrescar ese conocimiento. Hay que saber que esa tecnología puede convertirse en un valor diferencial de la compañía". El portavoz de Wolters Kluwer afirmó que "la identificación de los puntos críticos se hace más necesaria que nunca. Hasta ahora se miraba en el ROI a corto plazo y ahora de lo que se trata es de buscar personas con la capacidad que permita a la empresa seguir viviendo y a la vez transformarse". Para César Moreno de Canon, "se habla de transformación digital pero hay que diseñar y pensar dónde estamos y a dónde queremos ir. Una vez que se ha pensado todo hay que anticiparse, si no serás uno más. Lo importante es anticiparse en lo que uno quiere aportar al mercado".
Finalmente Gonzalo Trigo de Vass, afirmó que una de las claves se encuentra en la estrategia que desarrolle la empresa: En su opinión, "lo que hay que valorar es la estrategia. El conocimiento del cliente es muy importante y luego ya viene la tecnología. Un problema con los que se encuentra la empresa es que la medición del ROI ya no es tan sencilla como antes".

COSTE

El coste aparece como un elemento que puede afectar a una correcta digitalización de una compañía. En este sentido, el portavoz de Vass afirmó que "no creo que exista un retorno de la inversión en esto. Las empresas tienen que tener muy claro que o se digitalizan o desaparecerán. Y esta transformación digital pasa por tres elementos clave: Procesos, tecnología y personas. O nos adaptamos a las nuevas necesidades o nos perderemos en esa desintermediación que se está produciendo y por tanto la empresa desaparecerá. Lo importante ahora para las empresas es que sean capaces de cumplir los objetivos y eso es lo que se busca en la contratación actual". La clave para el portavoz de Wolters Kluwer es "nos encontramos ante otra revolución más pero que incorpora el coste de oportunidad a la máxima expresión". El portavoz de Dell EMC afirmó que "si no se asumen los riesgos nos puede ir mal. Nosotros trabajamos con el cliente el uso de las nuevas tecnologías y le mostramos como con algunas de ellas, se puede ahorrar costes, o minimizar los cortes del servicio, o desarrollar aplicaciones mucho más rápido, etc. Eso son las partes tangibles y cuantificales de ROI".
Susana Gilabert volvió a dar una clave que a menudo no se contempla por parte de las empresa: "Vemos en muchas ocasiones que los clientes están invirtiendo en transformación digital siempre que influya en su modelo de negocio. Lo que no se dan cuenta es que dentro de su organización, sin embargo, no están apostando por la digitalización. Sólo la hacen de cara al cliente y esa política está abocada al fracaso".
Fernando Goñi, aseguró que "el ROI no es una buena medida. En el ROI hay intangibles que son difíciles de evaluar. También hay clientes que también creen que no están preparados". Finalmente el portavoz de HP cree que "lo primero que hay que tener claro es el rumbo que hay que seguir y para ello hay que estar aprendiendo todos los días para saber qué hace nuestra competencia. Luego hay que definir los pasos que se quieren dar. Soy un convencido de que va a hacer falta consultoría pero los conocimientos reales los tiene el cliente. Esto ya no va de dejarlo en manos de un tercero. Una consultora puede ayudar a dar los paso, pero no decir cuáles son los pasos". En este sentido, el portavoz de DXC aseguró que "hay consultoras que pueden y deben ayudar. Los clientes se tienen que preguntar qué significa la transformación digital para su negocio, por eso el CIO es fundamental para saber cuáles son las tecnologías que tienen que imponerse en su empresa". También Gilabert consideró que "las compañías se tienen que dejar asesorar por especialistas que conozcan la transformación digital, porque el concepto ha desencadenado nuevos modelos de negocio, muchas tecnologías… Muchas veces los procesos de transformación digital fracasan porque no hay una comunicación real entre todos los que participan en el desarrollo de un nuevo proyectos". Para Javier Gallego la diferencia radica en que "en el pasado se hacia un análisis clásico y ahora muchas veces tenemos que informar al CIO y al CEO con qué herramientas cuenta. Es

importante hacer un ejercicio de valoración de dónde quieres poner a tu compañía a 5 ó 10 años vista y ese ejercicio se ha de hacer combinándolo con tecnología". El portavoz de Wolters Kulwer afirmó que "tanto el CIO como el CEO tienen que identificar dónde hay una herramienta innovadora. Se trata de que a través de una decisión multidisciplinar, la compañía se adapte y cambie. En definitiva, se trata de pasar de cajas a plataformas". César Moreno de Canon cree que la importancia del asesoramiento es fundamental para que la transformación digital de una empresa llegue a buen puerto. En su opinión, "es importante estar bien asesorado para que a una empresa la sepan orientar en lo que ofrece el mercado de las tecnologías para que la digitalización tenga éxito". Finalmente el portavoz de Vass afirmó que "se trata de descubrir con el cliente, cuáles son las necesidades del negocio. Luego hay que diseñar el servicio, con qué tecnologías, con que procesos hay que contar y finalmente el despliegue. La diferencia con otros cambios se encuentra en la agilidad con que se realizan estos cambios".

Parece que la mayor dificultad se encuentra en por dónde empezar el proceso de transformación digital. Para el Gozalo Trigo de Vass "en función de la respuesta que se quiera dar al negocio hay muchas tendencias que están viniendo. Negocio, procesos y tecnología, ese es el orden que hay que tener en cuenta. Todas las tecnologías tienen que estar basadas en lo que tú esperes del negocio. Por ejemplo, una empresa que está basada en la calidad, no puede prescindir de todo su personal para entender al cliente y sustituirlo por chatbots. Si yo tuviera que decantarme por alguna de las tecnologías me centraría en Big Data. Además, Big Data tiene un papel muy importante que no afecta tanto a los procesos de negocio".

Para Javier Gallego de Dell EMC la clave se encuentra en "definir visión y estrategia y ver qué tecnologías ayudan a llevar a término un proyecto de transformación digital. Quizá lo más democratizado son los temas de Big Data porque el cliente no tiene que hacer una gran inversión y tiene una accesibilidad a los datos y puede ofrecer unos servicios gracias a ello". Susana Gilabert de Econocom cree que la transformación digital no implica grandes proyectos. "Yo empezaría por algo muy sencillo. Por ejemplo, investigaría cómo están configurados los puestos de trabajo de una empresa. Emprendería proyectos de movilidad, proyectos como paperless, temas de gestión de la firma electrónica o incluso crear una intranet. Empezaría la transformación digital dentro de la propia casa. Creo que no hace falta irse a cosas complejas". Para el portavoz de HP, "el principal obstáculo es la cultura de empresa. Hoy el 50% de las actividades son sustituibles por una máquina. No se están sustituyendo todas porque, ¿qué haces con esa masa de trabajadores?¿Qué va a pasar con esa masa de trabajadores que no está preparada para afrontar los cambios? Nadie está pensando en ellos y no va a encontrar un nuevo trabajo fácilmente. El CIO también va a verse afectado, porque la tecnología se está comoditizando".

Finalmente, el portavoz de DXC aseguró que "o el CIO se convierte en el líder de la transformación digital de la empresa o le auguro poco futuro. El CIO tiene que liderar y empujar. Si se queda en el rol tradicional que ha desempañado hasta ahora desaparecerá".

LOS PROTAGONISTAS

Gonzalo Trigo, Director de Innovación y Business Value de Vass

César Moreno, Business Developer Manager de Canon

Susana Gilabert, Directora de Marketing & Comunicación de Econocom

Miguel Ángel Valdivia, Dirección Canal Venta Directa Madrid de Wolters Kluwer

Javier Gallego, Sales Engineer Sr. Manager de Dell EMC

Fernando Goñi Director de Industria: Comsumer, Retail & Transportation de DXC

Miguel Ángel Turrado, Chief of Staff de HP

HP: crea la tecnología que hace que la vida sea mejor para todo el mundo, en cualquier lugar. A través de nuestra gama de PCs, impresoras, dispositivos móviles, soluciones y servicios, diseñamos experiencias que asombran. Para más información sobre HP puede visitar la web www.hp.com

VASS: Para VASS, la transformación digital es el proceso con el que damos respuesta a todas las necesidades de nuestros clientes y en el que intervienen tres aspectos fundamentales e indisociables: la innovación, el talento y nuestra capacidad para transformar las oportunidades en negocio. Gracias al ecosistema de empresas diferenciales que ha generado el Grupo VASS (VASS, Nateevo, VDShop y Serbatic), somos capaces de implantar modelos de operación extremadamente ágiles y eficientes con los que nuestros clientes son capaces de adaptarse a las exigencias de sus respectivos mercados. Y todo ello, contando con los mejores profesionales y las metodologías de trabajo más disruptivas.

ECONOCOM: En un ecosistema en constante cambio, Econocom apoya la transformación digital de las empresas mediante la implementación de proyectos digitales innovadores.
Nuestro objetivo es ayudar a las empresas a aterrizar sus necesidades de transformación digital e identificar mejor sus problemas comerciales para traducirlos en soluciones de TI. Nuestro objetivo es llegar a "una solución elegida, definida y llevada a cabo por los usuarios finales".

DXC TECHNOLOGY: es líder como proveedor independiente de servicios de TI en todo el mundo y contamos con un posicionamiento único para ayudar a nuestros clientes a convertir la innovación en el motor que acelere el cambio que su negocio necesita. Nuestra misión es liderar la transformación digital de nuestros clientes ayudándoles a aplicar las opciones que ofrece la tecnología para obtener los mejores resultados que permitan incrementar la competitividad de sus empresas. Tenemos los recursos, el alcance global y la capacidad necesaria para ayudarles a aplicar el poder de la tecnología y guiarles con plena confianza hacia el futuro. Contamos con cerca de 6.000 clientes de todas las industrias, tanto en el sector público como privado, en más de 70 países.

DELL EMC: en su compromiso de ayudar a las organizaciones a avanzar en la transformación digital, va a seguir impulsando todas las áreas de negocio que hacen posible este cambio: Internet of Things, infraestructuras convergentes e hiperconvergentes, Cloud, soluciones All-Flash, tecnologías de VDI y soluciones de aprendizaje automático.

CANON: En Canon entendemos que la llamada transformación digital es en realidad una evolución hacia un modelo en el que el trabajador pueda desempeñar sus tareas de forma más eficiente. En este sentido, entendemos que las nuevas tecnologías deben permitir simplificar y automatizar los procesos de negocio para ganar en productividad y competitividad, sin olvidar que uno de los principales objetivos es proporcionar una mejor experiencia al usuario final. Para esta mejora de la experiencia del usuario, Canon aporta un amplio conocimiento en soluciones y servicios para gestionar de una forma eficiente la información contenida en las imágenes y documentos que constituyen la piedra angular en la gestión de esos procesos de negocio.

WOLTERS KLUWER: Wolters Kluwer es la compañía líder mundial en software de gestión, información y servicios para despachos profesionales y empresas, con una cifra de negocio de 4.422 millones de euros anuales (2017) y más de 19.000 empleados en todo el mundo. En España, Wolters Kluwer es la única compañía que ofrece soluciones integrales de software de gestión, información, servicios y formación a Pymes (a3ERP), Despachos Profesionales (a3ASESOR) y Departamentos de Recursos Humanos (a3EQUIPO), que son el referente y la ayuda imprescindible para mejorar su eficiencia y competitividad.

HP EliteBook x360 1020 G2

En este nuevo portátil de HP destacan sus medidas de seguridad, así como su peso y diseño.

HP

Calle Jose Echegaray No. 18
Las Rozas 28232

Precio
A partir de 1.600 euros

Teléfono
900 822 546

WEB
www.hp.es

EXCELENTE
MUY BUENO
BUENO
ACEPTABLE
POBRE

TECNOLOGÍA

IMPLEMENTACIÓN

RENDIMIENTO

HP, líder desde siempre de la microinformática personal, no ha disfrutado de un éxito acorde a esa posición dominante en el área específica de los portátiles. Siempre ha tenido buenos equipos, pero nunca ha llegado a la excelencia con un modelo concreto: cuando no le fallaba la duración de la batería, acusaba un diseño vulgar. Esto se ha terminado con el EliteBook x360 1020 G2, a pesar del inconveniente del precio, que es algo elevado, aunque –todo hay que decirlo- pueda estar justificado por el conjunto de prestaciones que acompaña.

Se trata de un convertible, muy compacto, ligero para todo lo que incorpora, montado sobre Windows 10 Pro, con una larga duración de la batería (se cargará un 50 % en tan solo 30 minutos) y una pantalla de brillo alto (700 nits). Ofrece una protección sencilla y manejable gracias a un conjunto de funciones de seguridad de última generación que le permite navegar de forma segura, así como supervisar y restaurar automáticamente la BIOS. Lleva cinco altavoces Bang & Olufsen y gestiona rápidamente las llamadas con el teclado HP Premium.

Se puede elegir la forma de trabajar con la pantalla táctil FHD o UHD4 y, muy importante, la experiencia natural de escritura con el lápiz activo de HP que le ofrece un inicio de la aplicación a tamaño real. Se puede compartir el contenido con tan solo tocar un botón del teclado HP Premium Collaboration y dejar que su voz se escuche con claridad gracias a la función de cancelación de ruido de HP.

Con el HP Sure Click6, la tecnología de seguridad basada en hardware para exploradores web. Además, puede evitar los "hackers visuales" gracias a la pantalla de privacidad integrada de HP Sure View opcional. Con tan solo tocar un botón, la pantalla se volverá ilegible para aquellos que le rodean, mientras que usted podrá verla con claridad.

Comienza con una BIOS de HP original cada vez. HP Sure Start Gen38 supervisa BIOS en memoria, recupera la plataforma sin la intervención del usuario o administrador, restaura la BIOS a un estado personalizado y está preparado para la gestión centralizada. Afronta cualquier situación con una flexibilidad de 360°. Cinco modos de uso: portátil, tablet, soporte, conferencia y tienda de campaña. Con el HP PhoneWise le permite responder a las conversaciones y llamadas de dispositivos iOS o Android mediante el ordenador.

Destaca en el apartado de seguridad ya que ofrece una protección sencilla y manejable gracias a un conjunto de funciones de seguridad de última generación que le permite navegar de forma segura y mantener alejados a los hackers visuales, así como supervisar y restaurar automáticamente la BIOS.

Para ataques externos el usuario se puede propteger al instante de los hackers visuales gracias a la pantalla de privacidad integrada de HP Sure View opcional7. Con tan solo tocar un botón, la pantalla se volverá ilegible para aquellos que le rodean, mientras que usted podrá verla con claridad. Finalmente incorpora HP Sure Click6, que permite protegerse de sitios web infectados, malware o ransomware.

¿Cómo serán tus experiencias en Nexica?

The Cloud Experience:

cloud pública, privada o híbrida,
en tu CPD o en el nuestro

nexica
digital dimension | economcom

NEXICA
C/ Acer, 30-32, 1º 4ª, 08038 Barcelona
C/ Dr. Zamenhof 36 bis, 1º A, 28027 Madrid
Contacta con nosotros: hola@nexica.com | **902 202 223**

Samsung Galaxy S9+

Presentado en la pasada edición del Mobile World Congress de Barcelona, el nuevo Galaxy S9+ mejora a su predecesor en pocos pero relevantes aspectos. El principal: la cámara.

SAMSUNG

Avda. de Barajas, 32, 28109 Alcobendas, Madrid

Precio
A partir de 939 euros

Teléfono
917 14 36 00

WEB
www.samsung.com/es

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

TECNOLOGÍA
★★★★★

IMPLEMENTACIÓN
★★★★★

RENDIMIENTO
★★★★★

A estas alturas, incorporar novedades revolucionarias en un smartphone empieza ser casi imposible. Un smartphone, puede ser más rápido, pero modelos anteriores (da igual la marca de la que hablemos), sirven más que de sobra para llevar a cabo las tareas diarias de la gran mayoría de usuarios. El interfaz, es prácticamente el mismo en casi todos los modelos y la forma de trabajar con ellos tampoco cambia. Por supuesto, las aplicaciones funcionan casi de la misma manera en el modelo que se presente ahora que en el de el año anterior. Así que, invertir alrededor de 1.000 euros en un nuevo terminal, podría parecer un sinsentido.

Efectivamente, lo es si el terminal no incorpora alguna novedad relevante. Ahora mismo, lo que se le pide a un terminal, sobre todo, es que la cámara sea excelente. Y si nos vamos al ámbito profesional, lo más importante, reside en la seguridad. Pues esas son las dos apuestas que ha realizado Samsung para convencer a los usuarios para que adquieran el nuevo buque insignia de la marca coreana.

¿No añade nada más el nuevo Galaxy S9+? Sí, pero no es relevante a la hora de cambiar de terminal, máxime si el que tenemos funciona bien. La pantalla infinita de 6,2 pulgadas, ya estaba presente en el modelo anterior y poco a poco, se está convirtiendo en un estándar. El procesador, es rápido, muy rápido: un Exynos 9810 de 64 bits y 8 núcleos. Además, la memoria RAM es de 6Gb y, mediante una tarjeta microSD, el almacenamiento se puede ampliar hasta los 400Gb (el terminal analizado tiene un almacenamiento interno de 64Gb).

Asi que es en la cámara donde Samsung ha centrado todos sus esfuerzos para diferenciarse de la competencia y dar un buen argumento de venta. Para empezar el Galaxy S9+ incorpora la doble cámara trasera lo que es un aspecto esencial. No así su hermano menor, el S9, que se tiene que conformar con una cámara simple, lo que nos hace asegurar que conviene gastarse los aproximadamente 100 euros más que cuesta el Galaxy S9+.

La novedad del Galaxy S9+, no viene de la mano del software, sino de la óptica que incorpora la cámara. La cámara trasera cuenta con con doble sensor: gran angular Super Speed Dual Pixel de 12 megapíxeles, sensor AF (f1,5/f2,4); y teleobjetivo de 12 megapíxeles con sensor AF (f2,4). Por su parte la frontal cuenta con 8 megapíxeles AF (f1,7). La excelente calidad de la cámara se aprecia, sobre todo en las tomas realizadas en ambientes oscuros, como se puede ver en las imágenes situadas debajo de estas líneas.

LA SEGURIDAD

Es uno de los apartados de los que menos se habla, sobre todo de cara a los usuarios domésticos, pero es casi más importante que la cámara o la velocidad del procesador, sobre todo si hablamos del uso del móvil para uso profesional. Samsung lleva años apostando por este apartado y a día de hoy saca varios cuerpos de ventaja al resto de fabricantes, incluido Apple, gracias a su plataforma Knox.

El Galaxy S9+ incorpora Knox 3.1, la última versión de la plataforma de seguridad. El smartphone soporta tres opciones de autenticación biométrica: iris, huellas dactilares y reconocimiento facial, para que el usuario pueda elegir cuál es la mejor manera de proteger su dispositivo, su contenido y sus aplicaciones. El terminal viene además con Intelligent Scan, un nuevo método de autenticación que aprovecha la fuerza combinada del escaneo del iris y del reconocimiento facial para desbloquear rápida y cómodamente el smartphone, en cualquier situación. También incorpora Dedicated Fingerprint, que permite al usuario la posibilidad de elegir una huella dactilar diferente de la que utiliza para desbloquear el smartphone para acceder a la carpeta segura.

En definitiva, si se quiere un teléfono por su cámara y por las medidas de seguridad que se incorporan, el Galaxy S9+ es la elección.

G DATA lleva a ASLAN 2018 su oferta de seguridad integral

G DATA Software (Stand 48), multinacional alemana especializada en soluciones de seguridad TI, estará presente en el próximo Congreso ASLAN 2018 que se celebrará los días 11 y 12 de abril en Madrid. «ASLAN2018 es un escaparate excelente para acercarnos a potenciales partners y clientes. Este año acudimos con nuestra oferta integral para empresas, G DATA Layered Security, una solución next gen que, además de ofrecer una robusta protección antimalware (antiransomware incluido), protege el parque móvil empresarial, se ocupa del parcheado de seguridad, facilita la adherencia a las políticas de seguridad corporativas y ofrece monitorización de toda la red empresarial. Elementos que, combinados, constituyen un sistema holístico de seguridad multicapa (G DATA Layered Security) capaz de responder con éxito a los nuevos desafíos de la industria cibercriminal », explica Ángel Victoria, Country Manager de G DATA Software en España.

G DATA LAYERED SECURITY:

El cibercrimen está bien financiado y utiliza técnicas cada vez más innovadoras para conseguir sus objetivos. El malware no deja de crecer y sofisticarse y las empresas se enfrentan diariamente a miles de nuevas ciberamenazas. Por tanto, ahora se necesitan soluciones integrales capaces de responder diariamente a amenazas nuevas, desconocidas y altamente complejas.

PARCHEADOS AUTOMÁTICOS DE SEGURIDAD

Mantener los sistemas actualizados es una de las medidas más eficaces a la hora de combatir las amenazas, entre ellas el ransomware. Pero en muchas ocasiones, aun habiéndose liberado parches y actualizaciones, estos nunca llegan a instalarse. Sucede en redes de todos los tamaños, bien por temor a incompatibilidades, porque no existe un adecuado inventario de programas por cliente, porque la instalación depende del propio usuario, por falta de tiempo. G DATA Patch Management automatiza el parcheado para todos los programas y todos los puestos de la red empresarial.

MONITORIZACIÓN DE REDES EMPRESARIALES

Las infraestructuras TIC no solo tienen que estar protegidas, tienen que estar siempre disponibles y cien por cien operativas. La monitorización de redes ofrece una información en tiempo real acerca de todos y cada uno de los componentes de las redes empresariales, desde una impresora sin tóner a problemas en CPUs o servidores que pueden revelar un ciberataque. Una valiosa información en forma de alertas tempranas que permite a los administradores de sistemas anticiparse a desastres y facilita la toma de decisiones antes de que se desencadenen los problemas.

SIN PUERTAS TRASERAS

Cuando hablamos de ciberseguridad, la mutua confianza entre fabricantes y clientes es un valor imprescindible para construir una relación satisfactoria y duradera. En un momento de discusiones y debates sobre las actividades de las agencias de inteligencia rusas en Estados Unidos así como las llevadas a cabo por la NSA en Europa, G DATA quiere poner el acento en la privacidad de los datos personales y en su compromiso con sus clientes. Como empresa alemana, G DATA está obligada a respetar la estricta legislación alemana sobre la privacidad de los datos y es absolutamente independiente de gobiernos y agencias estatales.

En 2011, G DATA firmó con TeleTrust, asociación de empresas de seguridad TI auspiciada por los ministerios alemanes de Interior y de Economía y Tecnología, un estricto compromiso de «no-backdoors», lo que significa ausencia de puertas traseras o brechas de seguridad que puedan ser usadas por agencias de inteligencia o terceros, así como el compromiso de no entregar o redirigir a estas organizaciones ningún tipo de dato.

G DATA acaba de ser reconocida como el proveedor de seguridad mejor valorado (categoría “Protección Antimalware”) en una encuesta realizada por Techconsult, especializada en consultoría y análisis del mercado TIC alemán, entre más de 2.100 usuarios profesionales.

Herramientas CRM para la empresa

¿Cómo definiría la relación que tiene con su cartera de clientes? ¿Le gustaría mejorarla? La clave se encuentra en los programas CRM (del inglés Customer Relationship Management), un tipo de herramienta formada por distintos módulos que ayudan a gestionar de manera óptima las interacciones de la empresa con sus clientes, no sólo los actuales sino también los potenciales.

A continuación, mostramos una radiografía acerca de cuál es la oferta actual de soluciones CRM disponibles en el mercado. Hemos seleccionado nueve posibles opciones entre las que elegir. Con ellas, cualquier organización dispondrá de las herramientas adecuadas para administrar y gestionar una óptima relación con sus clientes, contando a la vez con la máxima información posible de ellos. A este respecto, existen tres módulos o áreas clave que son: la gestión de la parte dedicada al marketing, la gestión comercial y el servicio de atención al cliente. Llama la atención, por otro lado, como poco a poco las empresas dedicadas al desarrollo de este tipo de programas han decidido desarrollar sus propias aplicaciones para que los trabajadores las utilicen no sólo desde su mesa de trabajo sino también desde el teléfono móvil o la tableta.

A la hora de elegir un software de este tipo conviene valorar algunas variables como, por ejemplo, el tamaño de la empresa o si se prefiere una solución basada en la nube informática o bajo licencia. El precio también es un factor importante y dar una cifra cerrada resulta bastante difícil ya que ésta dependerá de los servicios que se deseen contratar. En líneas generales, las sensaciones que dejan las nueve propuestas seleccionadas son positivas y su abanico de posibilidades amplísimo.

Por ejemplo, AHORA Express CRM es una solución enfocada al mundo de la pequeña y mediana empresa que favorece la movilidad de los trabajadores y que, además, brinda formación especializada. La firma Aptea, por su parte, participa con la versión 6.6 de su programa Pivotal que, entre otras mejores, introduce nueva interfaz UX. Asimismo, destaca su integración con Microsoft Office y SharePoint.

La división de negocio de la multinacional Unit4 ekon tiene un hueco reservado en este artículo: su programa CRM es una solución para la gestión comercial de la empresa completamente integrada con el resto de las áreas de una organización como Finanzas, Compras o Ventas. La participación de Exact CRM y Grupo i68 IZARO CRM también se ha garantizado: la primera cuenta con una versión en formato app y la segunda ha mejorado su home y luce una apariencia más moderna.

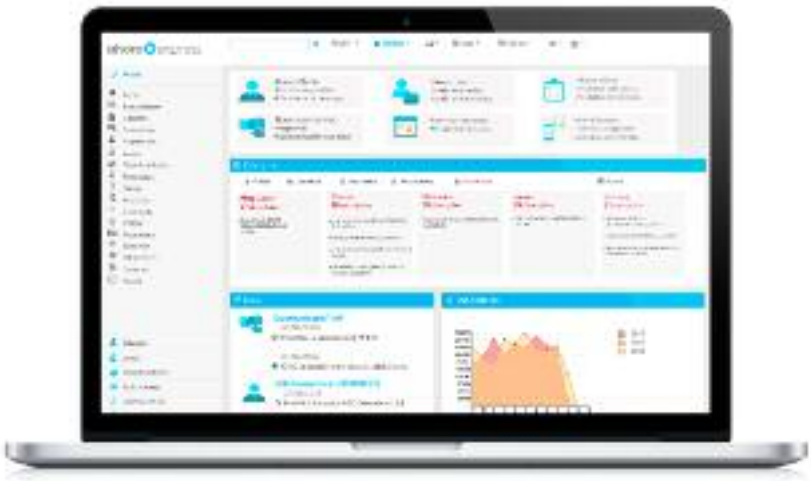
Tampoco podemos olvidarnos de Microsoft Dynamics 365. Microsoft Dynamics 365 Business Central es su novedad más reciente y consiste en un panel de control todo en uno que permite a los negocios conectarlo todo, automatizar y optimizar operaciones. Completan las propuestas seleccionadas Sage CRM, que puede integrarse con los principales sistemas ERP de este fabricante; Solmicro-eXpertis CRM, un software para la productividad, integración y movilidad, cuadros de mando, y procesos de automatización enfocados al cliente, el marketing y ventas; y Oracle CX Cloud Suite, donde las áreas de cliente, marketing, ventas, comercio y servicio permanecen integradas en un conjunto de aplicaciones localizadas en la nube.

AHORA Express CRM

Esta herramienta se destina al ámbito de las pymes y destaca por favorecer la movilidad del trabajador, así como por sus posibilidades de integración. El fabricante promete una implantación rápida y formación especializada.

La propuesta AHORA Express CRM es una solución ágil y potente que permite controlar el estado de las ventas y la relación con los clientes desde cualquier lugar.

Toda la información necesaria para la gestión de la empresa quedará concentrada a través de una única herramienta, tanto de los clientes actuales como de los potenciales: datos de contacto, reuniones o visitas, reservas de espacio e incluso las llamadas ejecutadas quedarán recogidas en ficheros. Con ello, se consigue ahorrar en la gestión administrativa y documental, favoreciendo que los empleados puedan optimizar mejor el tiempo que emplean en cada una de sus funciones. También cuenta con la posibilidad de crear avisos y planificar todos los recursos de la compañía.



La herramienta sugerida por AHORA Freeware se mueve y crece con la propia organización. Así, y profundizando en sus características, descubrimos una interfaz muy fácil de utilizar y un intuitivo entorno de trabajo que proporciona una formación continua y personalizada a cada una de las áreas dentro de la organización. Además, cuenta con una plataforma de e-learning con acceso a vídeos y manuales para conocer todos los aspectos de este software CRM para la pyme con el que se pueden abarcar (de igual forma) grandes proyectos.

La movilidad es una prestación clave de esta herramienta, pues desde cualquier dispositivo con conexión a Internet se pueden gestionar todos los ámbitos deseados: desde seguimientos comerciales a la creación de nuevos leads que permitan controlar las oportunidades de negocio. A través de AHORA Express CRM también se pueden generar y compartir noticias corporativas para conectar a todos los integrantes de una compañía. Este software, por otro lado, permite llevar a cabo una gestión de los trabajadores, compartir tareas y mantener informados a todos los empleados de una manera práctica.

En cuanto a la implantación, tan sólo se necesitan dos jornadas para su instalación y puesta en marcha. Además, se ofrece la posibilidad de trasladar expertos en esos primeros días de contacto con el nuevo sistema; posteriormente el usuario tendrá libre acceso a la plataforma donde consultar videotutoriales 24/7.

La solución, por otro lado, brinda la posibilidad de crear nuevas vías de negocio a través de campañas de marketing para coordinarlas y multiplicar la efectividad de su impacto en futuros clientes, así como en los fidelizados.

Con el CRM Express de AHORA la comunicación tanto interna como externa dentro de la compañía queda recogida y puede gestionarse desde cualquier lugar, facilitando la labor de los directivos y personal responsable, así como la comunicación entre todos los empleados.

> A través de AHORA Express CRM también se pueden generar y compartir noticias corporativas

Ahora Freeware
Calle Ceramistes, número 19
46120 Alboraia (Valencia)
Teléfono: 963 021 000
Web: www.ahora.es
Precio: A consultar

Ransomware es una industria en crecimiento de la que NO quieres formar parte...

Mantén tus datos protegidos y tu negocio en crecimiento con la solución de recuperación de datos de StorageCraft

El Ransomware está creciendo de manera vertiginosa convirtiéndose en una industria de miles de millones de dólares, pero tú puedes proteger el crecimiento de tu negocio con frecuentes copias de seguridad que se chequean regularmente y se replican en una ubicación externa donde el malware no puede acceder. Esto es exactamente lo que hace la solución de recuperación de datos de StorageCraft®.

StorageCraft.
ShadowProtect® SPX

Automatiza la copia de seguridad de sistemas físicos y virtuales, aplicaciones y datos. Recupere archivos, carpetas o todo un sistema increíblemente rápido.

StorageCraft.
Cloud Services™

Replica copias de seguridad de SPX en la nube de StorageCraft donde está a salvo del ransomware. Recupera archivos y carpetas, o amplía toda tu infraestructura con un clic utilizando tecnología patentada.

StorageCraft.

¡Prueba el producto durante 30 días!

www.StorageCraft.com/VIRMRAN

incopyme 11 años

Más información:
91 737 86 95 | www.incopyme.com

StorageCraft is a registered trademark of StorageCraft Technology Corporation.
All other brands and product names are trademarks or registered trademarks of their respective owners.

Microsoft Dynamics 365

Microsoft Dynamics 365 Business Central es la novedad más reciente de esta propuesta basada en la nube informática y que está formada por un conjunto de aplicaciones empresariales que las empresas seleccionan en función de sus necesidades.

Se trata de una solución en la nube que permite elegir entre distintas aplicaciones modulares diseñadas para procesos, roles y sectores específicos, y gracias a la cual se disfruta de una mayor productividad. Para ello, conecta de modo uniforme los datos referidos a los procesos empresariales con los datos de Office 365 y LinkedIn para utilizarlos en herramientas como Outlook, Excel y Power BI.

Aunque incluye aplicaciones como Project Service Automation, Customer Insights o Retail, las principales que las componen son las siguientes: Sales, Customer Service, Finance and Operations, Talent, Marketing y Microsoft Dynamics 365 Business Central. En el caso de Microsoft Dynamics 365 for Sales, lo que descubrimos es un producto enfocado a comprender mejor las necesidades de los clientes y a cerrar el mayor número de operaciones comerciales posibles. Así, por ejemplo, ayuda a desarrollar relaciones de ventas mediante la combinación de LinkedIn Sales Navigator and Dynamics 365 for Sales, u obtener una visibilidad del rendimiento de ventas a través de paneles de análisis basados en datos históricos y predictivos.

Por su parte, con Customer Service se ofrece un servicio rápido y personalizado para interactuar con el cliente en cualquier canal o dispositivo. Mientras, Microsoft Dymanics 365 for Finance and Operations ayuda a unificar las finanzas y las operaciones globales para que la toma de decisiones se realice no sólo con la mayor rapidez posible, sino también contando con la información necesaria para –así- adaptarse rápidamente a las cambiantes demandas del mercado e impulsar el crecimiento del negocio. Una de las opciones disponible dentro de este apartado es la automatización y optimización de la cadena de suministro con un almacén unificado y avanzado. La gestión del inventario mejorará el abastecimiento de materiales y la logística.

Dado que el talento es importante, Microsoft Dymanics 365 for Talent se ha desarrollado para que los empleados den lo mejor de sí mismos, de ahí que esta aplicación permita ofrecer experiencias para atraer, captar, desarrollar y 'retener' empleados. Un feedback continuo y herramientas para enviar elogios y evaluaciones colaborativas que permiten recompensar a los mejores trabajadores tienen cabida en ésta.

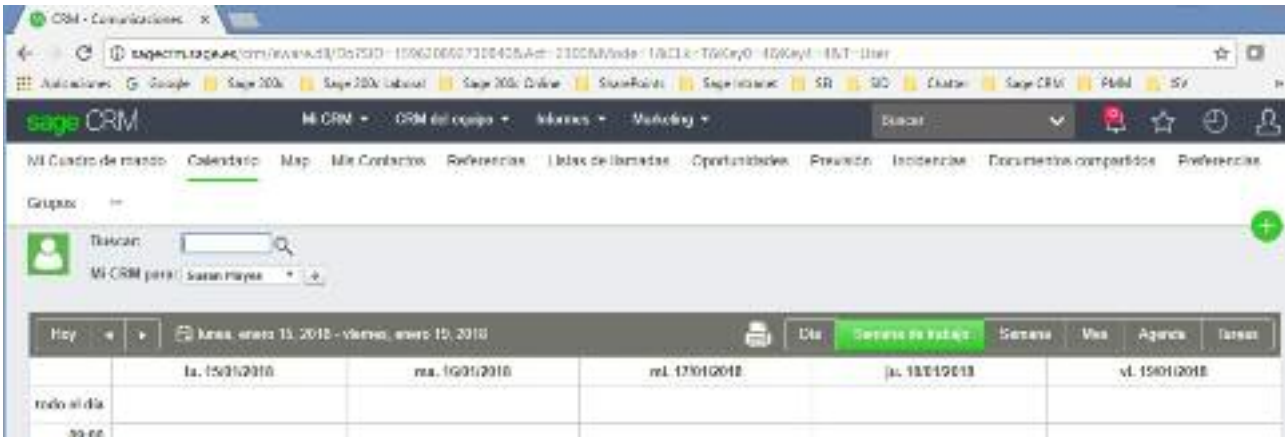
Microsoft Dynamics 365 Business Central es su novedad más reciente y consiste en un panel de control todo en uno que permite a los negocios conectarlo todo, automatizar y optimizar operaciones. Por ejemplo, automatiza y asegura la cadena de suministro (aumentando su visibilidad) y ayuda a disponer de un mayor control sobre los procesos de compra. También ayuda a maximizar las oportunidades de negocio; prestar un mejor servicio a los clientes con recomendaciones integradas; mantener los proyectos a tiempo y dentro del presupuesto; administrar los presupuestos y supervisar el progreso de estos proyectos con datos en tiempo real sobre los recursos disponibles; agilizar operaciones de fabricación y almacenamiento para entregar productos a tiempo y reducir costos…

Para concluir, un avance de lo que supondrá para los negocios la aplicación Dynamics 365 for Marketing de la cual ya existe una versión preliminar. Se ha incluido la administración de eventos, la coordinación de los departamentos de ventas y de marketing, campañas en varios canales y administración de clientes potenciales, entre otras opciones.

Microsoft
Paseo de La Finca número 1
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Teléfono: 91 391 90 00
Web: www.microsoft.es
Precio: A consultar

Sage CRM

En la nube o bajo licencia, Sage CRM fomenta la colaboración y la movilidad, saca el máximo partido a las oportunidades de venta y puede integrarse con los principales sistemas ERP de este fabricante.



Una mejora en los procesos de negocio, cercanía al cliente, aumento de los ingresos y disminución de las ineficacias. Sobre esta base se ha desarrollado la herramienta de Sage, que ofrece a los negocios una variedad de ediciones y opciones de implementación.

En lo que respecta a las ventajas, Sage CRM proporciona un rendimiento óptimo de los recursos comerciales, de marketing y de atención al cliente que hay disponibles, ayudando a reducir el coste de las ventas y minimizando aquéllos de tipo administrativo para que los ingresos puedan aumentar. También ayuda a ajustar las inversiones a la evolución de los ingresos, facilitar la detección de posibles problemas para tomar las medidas adecuadas, localizar (y aprovechar) las oportunidades de negocio, reducir el riesgo de pérdida de clientes, integración con MS Outlook/redes sociales, sincronización en tiempo real con MS Exchange…

Mientras, y en relación al equipo comercial, este producto garantiza acceso instantáneo a las oportunidades de venta, agendas, informes comerciales y contactos para que los trabajadores concentren sus esfuerzos en vender. Esto va a permitir (entre otros aspectos) disponer de una visión única de clientes potenciales, oportunidades, tareas y actividades; la elaboración de presupuestos y pedidos de manera fácil; la colaboración entre departamentos; supervisión del rendimiento y ventas trimestrales… Además, el fabricante ha desarrollado una aplicación nativa para iPhone y dispositivos con Windows 8 que ayuda a gestionar las relaciones empresariales desde cualquier lugar, incluso sin cobertura.

¿Y en relación al marketing? Sage eMarketing es una solución de e-mail marketing integrada en Sage CRM que incluye plantillas de marketing electrónico, funciones de envío inteligente, campañas de marketing por goteo automatizadas y la posibilidad de hacer el seguimiento de los ratios de apertura, clic y devoluciones desde Sage CRM. De igual forma, esta herramienta fomenta la colaboración y admite que una empresa desarrolle un sistema de autoservicio web para clientes de forma rápida y rentable.

Los usuarios encuentran la información que necesitan, realizan un seguimiento de los datos y actualizan el sistema en el momento y desde el lugar que quieran.

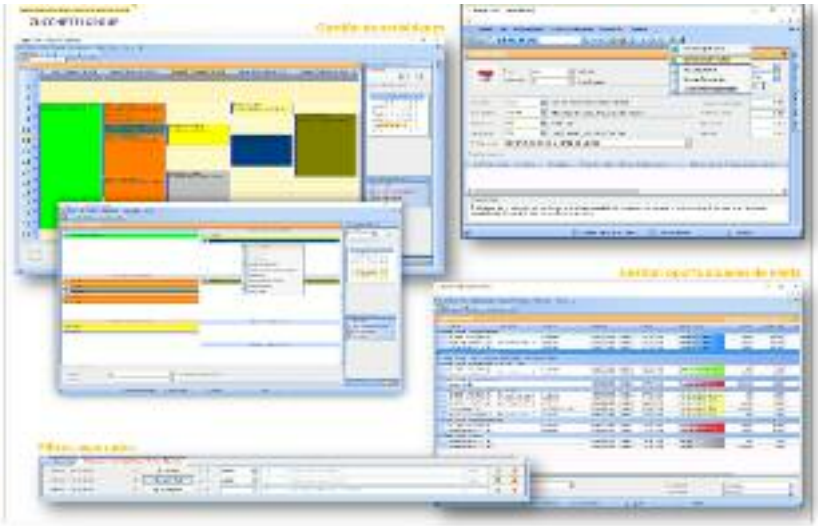
También es posible optimizar la sincronización entre agentes y clientes, asegurando que las incidencias progresan adecuadamente, gestionándose desde un cuadro de mandos interactivo y sin necesidad de cambiar de pantalla. Las funciones de gestión de base de conocimiento facilitan encontrar soluciones a problemas concretos y evitan la duplicación de esfuerzos.

Sage CRM ayuda a obtener una visión completa de los indicadores de un negocio, y su integración con los principales sistemas ERP de Sage se traduce en que los usuarios acceden a los datos que necesitan para disponer de una visión completa de cada cliente y lograr una comunicación más eficaz. Estas funciones de integración posibilitan el acceso de todos los usuarios a los datos financieros y contables del cliente, además de los datos del CRM proporcionando así que la visión resulte lo más completa posible. Sage CRM se integra con redes sociales como Twitter, LinkedIn y Facebook.

Sage
Avenida de Europa número 19. 1º planta
28108 Madrid
Teléfono: 900 878 902
Web: www.sage.es
Precio: Consultar

Solmicro-eXpertis CRM

Herramientas para la productividad, integración y movilidad, cuadros de mando, y procesos de automatización enfocados al cliente, el marketing y ventas. Estos son los pilares que sostienen una solución enfocada a mejorar la actividad de los equipos comerciales.



Esta solución se ha desarrollado para registrar, organizar y estructurar toda la información de los clientes, tanto los actuales como los futuros con independencia del canal que provengan: a través de la red comercial, de una campaña de marketing, de la web o tienda on line de la empresa, de acciones de telemarketing... Así, con el Programa de Gestión de Clientes CRM los negocios disponen de una visión crítica de su evolución con los contactos cualificados por campañas, las ofertas presentadas y las oportunidades abiertas.

En lo que respecta a sus funcionalidades, la herramienta permite gestionar y dirigir campañas de marketing (captación, upselling y cross-selling) y analizar el historial de compra de los clientes. Para ello, importa y exporta listados de prospectos y clientes, y genera automáticamente grupos de leads a partir de las respuestas obtenidas. Estos clientes, además, se pueden segmentar según perfiles sociodemográficos o comportamentales. De igual forma, Solmicro-eXpertis CRM envía campañas multicanal y tiene una opción para hacer un seguimiento de éstas, envíos postales, e-mailings, fax, mensajes SMS… ; automatiza respuestas y comunicaciones transaccionales; genera plantillas de e-mail en HTML; y planifica, registra y efectúa un seguimiento de las actividades de los clientes: ello incluye histórico de acciones y número de campañas realizadas, campañas a las que ha respondido, por cuál se convirtió en cliente, cuántos impactos publicitarios ha recibido, cómo ha respondido…

Automatización de las ventas. En relación a este apartado, se revisan y optimizan los objetivos comerciales marcados de forma on line y se garantiza un acceso instantáneo a la información actualizada de cada cliente, disponiendo así de una visión global de la relación entre éste y la empresa. Por otra parte, y gracias a los procesos de automatización vinculados a la atención al cliente, se logran optimizar estos procesos de atención generando solicitudes de servicio con número de identificación, comentarios y estatus; control de pedidos, quejas y catálogo de productos; y contando con un sistema de notificación de problemática.

Este CRM se puede integrar con la página web o la tienda on line que posea una compañía, accediendo también desde un dispositivo móvil gracias al 'CRM Móvil' desarrollado por Solmicro. Éste incluye la gestión integral de la agenda (con tareas profesionales y citas personales), la gestión de cuentas y contactos (oportunidades, ofertas y actividades), y catálogo de producto, tarifas y gestión de pedidos integrada. CRM Móvil ha sido concebido para trabajar en la nube y bajo la modalidad on premise.

En lo referente al cuadro de mandos, comentar la posibilidad de controlar las oportunidades del ciclo de venta y medir la eficacia de las campañas de marketing antes mencionadas.

También es posible realizar un seguimiento de objetivos y definir pantallas y gráficos personalizados. Para hacer más efectiva la productividad, incluye sincronización con la agenda (tareas, contactos con Outlook), sistema de mensajería, alarma y notificaciones; gestión documental; y control de accesos al programa CRM según el perfil de usuarios o equipo para, de esta manera, garantizar la integridad y confidencialidad de la información.

Solmicro
Parque Tecnológico de Bizkaia, Edificio 500, Planta 0 48160 Derio (Vizcaya)
Teléfono: 902 540 362
Web: www.solmicro.com
Precio: consultar

EOSC

ENTERPRISE **OPEN SOURCE** CONFERENCE 2018

FREEDOM

Libre de llevar tu negocio a donde necesita ir

En esta cuarta edición de la ENTERPRISE **OPEN SOURCE** CONFERENCE vas a poder descubrir cómo las tecnologías open source empresarial proporcionan a tu negocio la **LIBERTAD** que necesita para transformarse, crecer y aumentar las oportunidades de futuro.

26 de abril de 2018, Madrid

www.opensourceconference.es

Reserva tu plaza

#EOSC18

accenturetechnology | redhat

Oracle CX Cloud Suite

Datos conectados, experiencias conectadas e inteligencia conectada. Con Oracle CX Cloud Suite las áreas de cliente, marketing, ventas, comercio y servicio permanecen integradas en un conjunto de aplicaciones localizadas en la nube.

La solución que la multinacional norteamericana ha elegido para este artículo se llama Oracle CX Cloud Suite. Se trata de un conjunto de aplicaciones integrado que abarca todo el ciclo de vida del cliente, desde el marketing a las ventas y desde el comercio al servicio.

Esta suite de Oracle permite a los marketers personalizar cada experiencia de cara a fomentar el compromiso y la recomendación, además de optimizar las ventas y acelerar el número de operaciones cerradas gracias a la solución Oracle Sales Cloud, ayudando a los equipos, canales y sitios de e-commerce a trabajar más rápido, preciso y fácil; en cualquier lugar; y desde cualquier dispositivo mediante CPQ en cloud (configuración, precios y ofertas).

Oracle CX Cloud Suite facilita, en otro orden de cosas, la diferenciación de la marca dada la generación de experiencias unificadas en la web, redes sociales y centros de contactos, lo que repercute directamente en la consecución de relaciones más duraderas y rentables. Y se complementa con otras que -como Oracle Commerce Cloud, Oracle Loyalty Cloud u Oracle Customer Data Management C loud- facilitan al sector minorista y B2B una plataforma SaaS para optimizar las ventas, el conocimiento del cliente y su fidelidad. A estas soluciones hay que añadir herramientas como Oracle Sales Performance Management Cloud enfocada a alcanzar los objetivos de ingresos deseados y mejorar la eficacia de las ventas corporativas.

> Oracle CX Cloud Suite facilita la diferenciación de la marca dada la generación de experiencias unificadas en la web

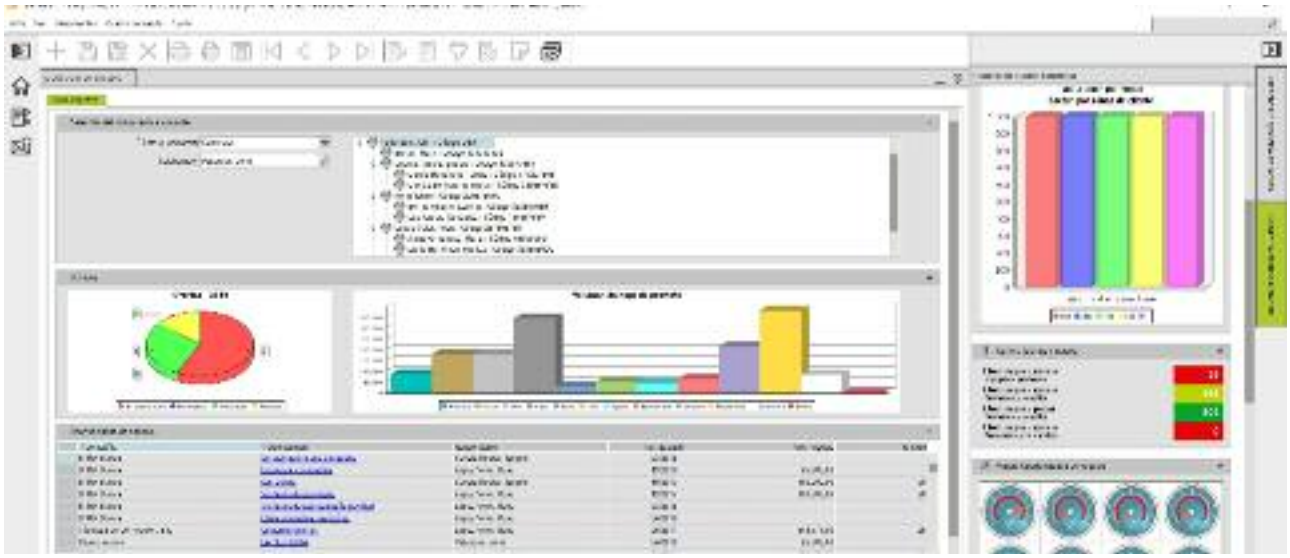
En un momento en el que los clientes demandan experiencias fluidas, personalizadas e inmediatas, la tecnología de Oracle permite unificar, sincronizar y completar los datos de clientes a lo largo de CX, desde el conocimiento hasta la compra, pasando por el soporte y la recomendación también. De igual forma, fomenta el establecimiento de experiencias omnicanal continuas con independencia de dónde, cuándo o cómo el cliente inicia el contacto. Gracias a la presencia de capacidades de Inteligencia Artificial, bots conversacionales e Internet de las Cosas se proporcionan estadísticas de los clientes.

Finalmente, comentar que la gracias a la inteligencia conectada es posible ya la transformación del negocio a través de su CX, HCM, SCM y ERP. Así, las empresas están en condiciones de ampliar su catálogo de aplicaciones con las capacidades de Inteligencia Artificial y basadas en datos brindadas por esta compañía. El enfoque de diseño único de Oracle aprovecha conexiones pre-construidas, fuentes de datos de terceros enriquecidas, ciencia de decisión dinámica y resultados conectados.

Oracle
Calle José Echegaray 6B
28230 Las Rozas (Madrid)
Teléfono: 902 302 302
Web: www.oracle.es
Precio: consultar

ekon CRM

La división de negocio de Unit4 proporciona una gestión profesional en los siguientes ámbitos: campañas de marketing, gestión comercial y servicio postventa.



Ekon CRM es una solución para la gestión comercial de la empresa completamente integrada con el resto de las áreas de una organización como Finanzas, Compras, Ventas… A este respecto, y en la relación comercial con el cliente, aporta en tiempo real toda la información que la compañía posee de él.

Esta herramienta brinda una gestión profesional en una serie de ámbitos que, a continuación, vamos a detallar. El primero es el de las campañas de marketing. En relación a este apartado, este CRM permite su gestión y efectúa en tiempo real un seguimiento de las que se encuentran en curso con independencia de la vía escogida.

Gestión comercial es el segundo de los ámbitos y está enfocado a trabajar con las compañías y sus contactos, agrupando toda la actividad que se va a realizar para una empresa (que puede ser ya cliente / proveedor o serlo posteriormente). En este sentido, destaca el seguimiento y el control tanto de las actividades de la fuerza de ventas como de las ofertas económicas presentadas. Todo ello se realiza desde un punto único: el escritorio. Además, arroja un escritorio especial para directivos que gestiona, a través de una visión jerárquica superior, la actividad de la fuerza de ventas de la compañía, lo que facilita planificar reuniones de seguimiento, gestionar la cartera de esta fuerza de ventas, hacer reporting de alto nivel…

El tercer ámbito se refiere al servicio postventa para una mejora constante en el servicio a los clientes y una gestión de los departamentos de servicio postventa de las organizaciones; estaríamos hablando tanto del servicio de atención al cliente como el referido a la asistencia técnica.

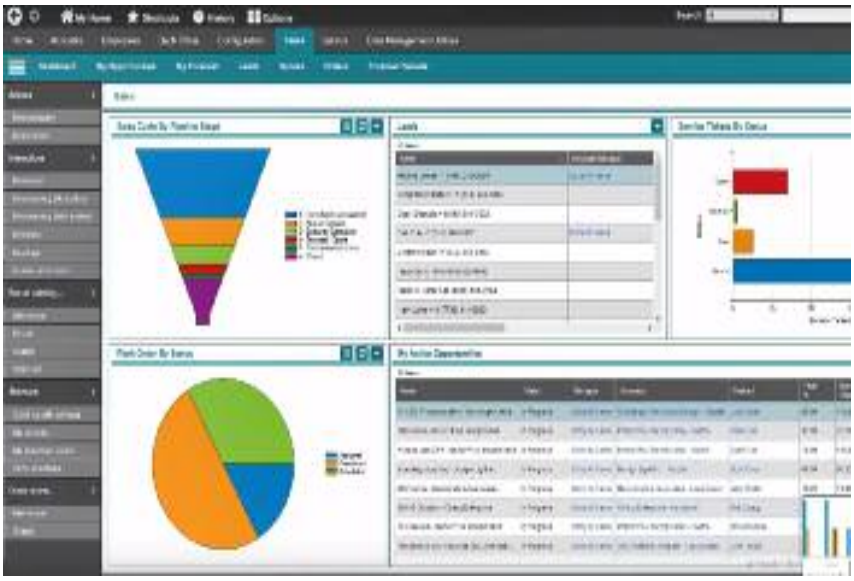
¿Y los beneficios? Si hablamos de la gestión de las campañas de marketing, la solución facilita toda la información que la gestión comercial demanda y ayuda a controlar costes: durante el transcurso y al finalizar una campaña, arroja un control de costes y facilita estadísticas de las acciones efectuadas para optimizar la mejor dedicación de los recursos humanos y de los materiales utilizados. También muestra de manera gráfica la situación de los candidatos, ingresos y costes; controla la publicación en medios de prensa de material publicitario de la empresa…; analiza las campañas en función de la respuesta recibida y económicamente; y crea y gestiona nuevas referencias realizando seguimientos personalizados.

Los beneficios para la gestión comercial incluyen la gestión de las oportunidades de negocio a las que se asignan las acciones y la aplicación de un modelo de venta proactiva mediante el análisis de los clientes y sus motivaciones de compra. Además, gestiona los recursos, materiales y/o humanos asociados a cada acción comercial; personaliza los contactos con los que se desea trabajar por representante; crea nuevas acciones, y planifica las siguientes a partir de las ya realizadas; efectúa la gestión y análisis de ofertas a clientes; y gestiona el pipeline comercial (embudo).

EKON
Av. Castell de Barberà números 22-24
08210 Barberà del Vallès (Barcelona)
Teléfono: 902 227 000
Web: www.ekon.es
Precio: consultar

Aptean Pivotal 6.6

Gracias a su larga relación con Microsoft, Aptean desarrolla soluciones de CRM que aprovechan lo mejor de su tecnología y ya están integradas con Microsoft Office y SharePoint.



El mundo de los negocios es un entorno dinámico donde todo sucede muy rápido y en el que sus profesionales esperan acceder a los sistemas empresariales de forma fácil y rápida, desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar. Dentro de este contexto, y para fomentar el compromiso hacia los clientes y lograr que los comerciales alcancen el mayor grado de productividad posible, la nueva interfaz Pivotal UX (User Experience) de esta propuesta se ha diseñado para proporcionar la experiencia de usuario más moderna en toda clase de plataformas y con la flexibilidad que exigen las compañías en la actualidad.

Precisamente, la flexibilidad que ofrece Pivotal CRM de Aptean hace que esta herramienta se adapte rápidamente a cualquier forma de trabajo. El sistema, de esta manera, confiere las opciones que necesita para configurar los perfiles de los usuarios, así como flujos de trabajo. Esto genera una serie de procesos internos y experiencias de clientes que encajan con la estrategia y visión del negocio.

Con Pivotal CRM, adaptar el flujo de trabajo es tan fácil como marcar una casilla para el usuario o responsable de área. Pivotal posee compatibilidad con Microsoft que facilita la gestión de cambios a cualquier nivel desde la interfaz de usuario hasta los procesos empresariales, así como la personalización del modelo de datos para obtener el mayor rendimiento posible de la inversión que se realiza. En este sentido, y gracias a la larga relación que mantiene la compañía con el gigante de Redmond, la primera es capaz de desarrollar soluciones de CRM que aprovechan lo mejor de su tecnología y ya están integradas con Microsoft Office y SharePoint también.

Por otro lado, y a partir de sus conocimientos en servicios financieros, sector inmobiliario y construcción de viviendas, fabricación y seguros médicos Aptean desarrolla aplicaciones específicas para los mismos. También conviene indicar como Pivotal CRM optimiza la información en una base de datos centralizada que permite conocer mejor el perfil de los clientes y sus actividades empresariales. Aptean Analytics incorpora, por ejemplo, la plataforma QlikView que han instalado ya más de treinta mil empresas en todo el mundo: con ella, los equipos de ventas obtienen nuevos conocimientos dentro de su cartera de oportunidades, rendimiento de ventas e historial de ganancias/pérdidas.

Pivotal 6.6 es la última versión de la plataforma. Sus nuevas características incluyen un nuevo Pivotal Client (apariencia completamente nueva con una interfaz de usuario simplificada y moderna), búsqueda mejorada, opciones de implementación amigables con la nube, soporte de Office 365 y mejoras de UX ya mencionadas. En el caso de Office 365, Outlook 365 permite a los usuarios ver información de clientes, vincular documentos y agregar datos vitales de ellos a Pivotal. Los correos electrónicos y las reuniones se pueden vincular fácilmente a los contactos para garantizar el seguimiento de todas las interacciones y la integración con Excel Online facilita a los usuarios la tarea de exportar datos con un solo clic. Para UX, descubrimos nuevas opciones de tematización y estilo y características como historial, funcionalidad móvil y características mejoradas del tablero de instrumentos, entre otras posibilidades.

Aptean
Carrer de Frederic Mompou, número 5
08960 Sant Just Desvern, Barcelona
Teléfono: 934 802 850
Web: www.aptean.es
Precio: consultar

Exact CRM

Dirigida al ámbito de las medianas compañías, esta solución integrada centraliza todos los datos disponibles de un cliente a los que se puede acceder también desde teléfonos móviles y tabletas.

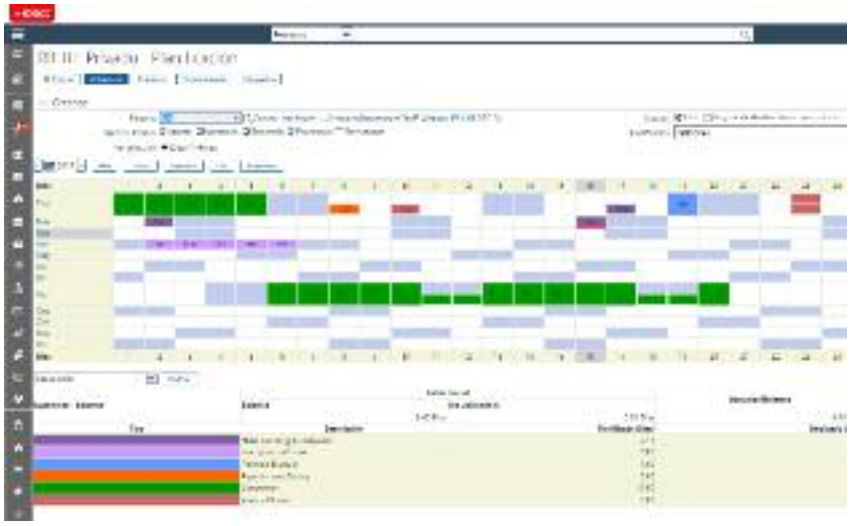
Esta empresa posee dos divisiones, una llamada Business que se enfoca a organizaciones medianas y que ofrece soluciones tanto on premise como SaaS, y otra llamada Cloud que proporciona soluciones en cloud para emprendedores, autónomos y pequeñas empresas. Así, y mientras que la primera de estas áreas comercializa Exact CRM como solución separada, Cloud incluye el CRM como módulo dentro de todas sus soluciones, no como producto independiente. Vamos a centrarnos en la primera de ellas.

Exact CRM es una solución integrada desarrollada específicamente para vincular las actividades de ventas con los procesos internos: desde la campaña de marketing hasta el presupuesto, desde la entrega hasta el seguimiento y desde la evaluación del crédito hasta su gestión. Es por ello que el sistema digitaliza todos los flujos de información para que todos los usuarios estén completamente informados.

Asimismo, este software integra y centraliza los datos del cliente, lo que permite a los equipos de venta, marketing y servicio al cliente trabajar juntos de una manera más rápida y efectiva.

Escalable y flexible, es posible comenzar a registrar los datos de los clientes de manera inmediata eligiendo cómo y cuándo ampliar el sistema. De igual forma, se ha desarrollado una aplicación móvil CRM que garantiza el acceso a la información que se necesite a través del teléfono móvil (o la tableta), pudiendo así cerrar acuerdos de manera más fácil también. El acceso a esta información se garantiza las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

Existe, por su parte, una plataforma que funciona a modo de punto de trabajo central ya que Exact recopila toda la información disponible y el conocimiento necesario sobre los clientes de una organización y proporciona una manera clara y estructurada de gestionar esos datos.



El hecho de contar con una aplicación CRM nos lleva a comentar que el fabricante dispone de otras aplicaciones y complementos de interés para el ámbito de las empresas. Este es el caso de una aplicación para la solicitud de gastos: con sólo sacar una fotografía es posible solicitar estos gastos. Una vez enviada, la aplicación muestra un resumen del estado de la solicitud.

También existe una aplicación de Autoservicio del Empleado. Ya sea para solicitar unas vacaciones o consultar la última nómina o la evaluación personal más reciente, la aplicación Autoservicio del Empleado de Exact facilita esta posibilidad incluso utilizándola para registrar ausencias directamente desde un dispositivo móvil.

Event Manager. Al sincronizarlo con eventos ya programados, Event Manager alerta a las personas adecuadas en el momento preciso y genera automáticamente una respuesta o corrección. De igual forma, al identificar acciones dentro de la organización en las que el tiempo es un factor clave, la herramienta ayuda a controlar de cerca lo que está pasando y actuar si fuera necesario. Finalmente estaría Exact Insights con tecnología QlikView para convertir grandes volúmenes de datos en completos indicadores de rendimiento (KPIs). Exact Insights sustituye los antiguos informes por prácticos cuadros de mando y análisis personalizados. Exact CRM se adapta a las necesidades de cada negocio al poder disfrutar de ella como solución alojada, on-premise, alquiler o compra.

Exact España
Pº Castellana, 93. Planta 14
28046 Madrid
Teléfono: 902 504 114
Web: www.exact.es
Precio: Consultar

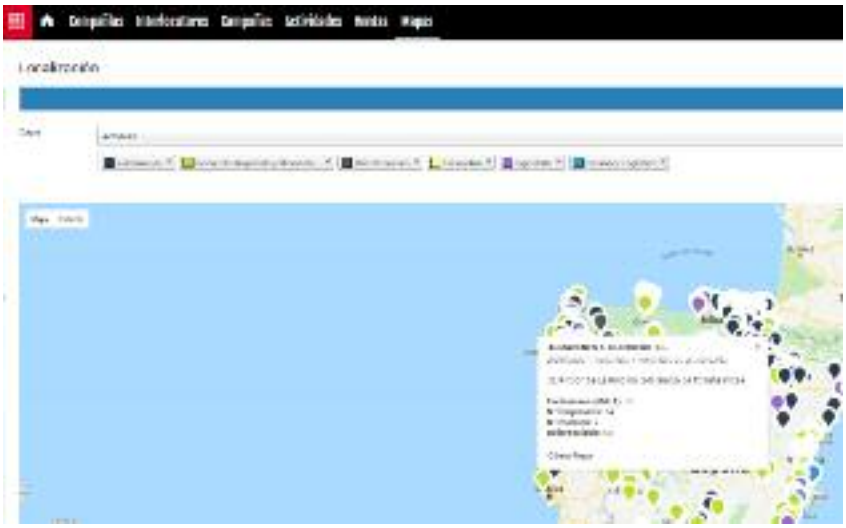
Grupo i68 IZARO CRM

Con una apariencia más actual y una home mejorada, estructura sus ventajas alrededor de las siguientes perspectivas: estratégica, cliente, servicios, comercial, planificación, información y marketing.

Izaro CRM es una solución para los departamentos Comercial, Marketing, Servicios, Compras, SAT o Financiero, de todo tipo de empresas, y permite concentrar y compartir el conocimiento que existe en la empresa sobre el mercado (clientes, proveedores, distribuidores, prescriptores, competencia,…). Dentro de este contexto, supone un avance en la gestión eficiente con el cliente y se establece como valor en la estrategia de negocio, pudiendo transmitir el mismo mensaje con independencia de quién sea el interlocutor con el que habla el cliente. En este sentido, permite mantener una estrecha relación con éste ya que se ofrece la posibilidad de conocer y compartir la totalidad de la información de cada uno de ellos entre los diversos departamentos de la empresa y tener un control tanto de su ubicación, competidores, clientes y demás información gracias a la búsqueda en mapa con información descriptiva.

Este 2018, Izaro CRM ha estrenado cambio de look, más actual y con una home en la que se pueden encontrar los widgets y KPIs más relevantes. Además, ha incorporado una mejora significativa en la experiencia de uso en la tablet. Los usuarios, que ya podían acceder a través de una app diseñada ad hoc para esta solución, descubrirán como novedad el registro de actividades por voz. Esta aplicación se puede instalar tanto en ordenadores como tabletas y teléfonos brindandi una experiencia única en cada dispositivo y facilitando el día a día de las compañías.

El perfil de empresa disponible permite realizar agrupaciones que llevan a segmentar (tamaño, zona, sector de actividad, potencial de crecimiento, interés para la empresa, producto que consume, competidor en el cliente,…) e identificar los nichos de mercado con mayor potencial para realizar campañas de marketing a través de Mailchimp (mailing, eventos, visitas, telemarketing, etc.) y encontrar rápidamente clientes reales y potenciales -a través de los datos obtenidos en estas acciones-. En el tema de las visitas, se ofrece la posibilidad de visualizar gráficas de rutas de forma que se puede saber de un solo vistazo la planificación diaria, lugar y horario, y la distancia física entre unas y otras para facilitarlas.



Asimismo, es posible asociar múltiples interlocutores a una compañía (cliente real o potencial, proveedor, competencia, prescriptor,..), asociando cargo, e-mail, teléfono e histórico de actividades realizadas (visitas, llamadas, ofertas,…). Esto facilitará a los comerciales hacer un seguimiento exhaustivo del trabajo realizado con sus clientes y planificar actividades a corto y medio plazo. A nivel de dirección comercial, la gestión de actividad permite disponer de una visión global del departamento comercial independientemente de su localización, como de oportunidades abiertas, para anticipar una cifra de negocio estimada; dicho conocimiento permite (de igual forma) medir técnicas alternativas para evaluar el cumplimiento de objetivos comerciales (número de visitas a clientes potenciales, ventas cruzadas en clientes reales, número de llamadas, asistencia a eventos, etc.)

La opción de almacenar la documentación asociada a los clientes de una forma organizada y fácil de buscar (ofertas, planos, cálculos de costes u hojas de cálculo) ahorrando tiempo administrativo también se contempla, al igual que la realización de análisis rápidos y evitando errores de comunicación. Además para facilitar la búsqueda de información del cliente, se puede conocer la situación financiera del mismo (cobros pendientes, impagados, etcétera) con tan solo ampliar la foto del cliente.

Informática 68
Calle Zuatzu, número 4. 1º
20018 San Sebastián
Teléfono: 943 311 455
Web: www.grupoi68.com
Precio: consultar

	Ahora	Aptean	Ekon	Exact	Grupo i68	Microsoft	Sage	Solmicro	Oracle
Modelo	Express CRM	Pivotal 6.6	CRM	CRM	IZARO CRM	Dynamics 365	CRM	eXpertis CRM	CX Cloud Suite
Web	www.ahora.es	www.aptean.es	www.ekon.es	www.exact.es	www.grupoi68.com	www.microsoft.es	www.sage.es	www.solmicro.com	www.oracle.es
Precio	consultar	consultar	consultar	consultar	consultar	consultar	consultar	consultar	consultar
Características	*Control del estado de las ventas y la relación con los clientes desde cualquier lugar. * Ahorro en la gestión administrativa y documental. * Plataforma de e-learning con acceso a vídeos y manuales. * Movilidad: desde cualquier dispositivo con conexión a Internet se pueden gestionar todos los ámbitos deseados. * Crear nuevas vías de negocio a través de campañas de Marketing	*Disponible on-premise y en la nube. * Apariencia completamente nueva con una interfaz de usuario simplificada y moderna. * La compatibilidad de Office 365: Outlook 365 permite a los usuarios ver información de clientes, vincular documentos y agregar datos vitales de clientes a Pivotal. * Funcionalidad móvil mejorada. * Disponibles nuevas opciones de tematización y estilo.	*Gestión de campañas de marketing: analiza las campañas en función de la respuesta recibida y económicamente. * Gestión comercial: realiza la gestión y análisis de ofertas a clientes, gestiona los recursos, materiales y/o humanos, asociados a cada acción comercial. * Servicio postventa: facilita la confección de informes de intervención, incluyendo gastos facturables o excluyendo partes sustituidas. * Web Services Set CRM: gestión de contactos, ofertas, compañías y oportunidades.	Alquiler, compra, on-premise o alojada. * Aplicación para dispositivos móviles. * Solución integrada, desarrollada específicamente para vincular las actividades de ventas con los procesos internos. * Aplicación para la solicitud de Gastos y Autoservicio del empleado. * Aplicación Exact Insights con tecnología QlikView: convierte grandes volúmenes de datos en completos indicadores de rendimiento (KPIs).	* Facilidades para la gestión y el análisis de campañas de marketing. * Conocer la eficacia de las ventas realizadas por comerciales, los productos, las zonas de actividad y el análisis de la actividad comercial. * Visión del estado de todas las oportunidades de negocio. * Conocer la actividad realizada en cada cliente y dar una respuesta única, independientemente de con quién se hable. * Sincronización con Outlook.	* Dynamics 365 for Sales: capacita a los vendedores con información práctica para personalizar relaciones, predecir las necesidades de los clientes y aumentar las ventas. * For Retail: crear experiencias de compra personalizadas que unifiquen las operaciones digitales, de la tienda y de back office. * For Project Service Automation entregue sus proyectos dentro de plazo y presupuesto. * Microsoft Dynamics 365 Business Central. Novedad. Panel de control todo el uno. * Mejore del ROI del marketing usando conocimientos sobre el cliente y monitorizando el rendimiento del marketing.	* En la nube o bajo licencia. * Integración con MS Outlook / redes sociales. * Aplicación nativa para iPhone y dispositivos con Windows 8 para gestionar relaciones empresariales desde cualquier lugar, incluso sin cobertura. * Soluciones de Social CRM para Linkedin, Facebook y Twitter, que extienden la conversación y la colaboración con clientes y potenciales a las redes sociales. * Integración con los principales sistemas ERP de Sage.	*Gestión integral del ciclo de vida del cliente. * Aplicación para dispositivos móviles. * Disponibilidad CRM Cloud. * Sincronización de la agenda: tareas, contactos con Outlook… • Control de accesos al CRM según el perfil de usuarios o el equipo para asegurar la integridad y confidencialidad de la información.	* Abarca todo el ciclo de vida del cliente, desde el marketing a las ventas y desde el comercio al servicio. * Personalización de cada una de las experiencias. * Optimizar las ventas y acelerar el número de operaciones cerradas gracias a la solución Oracle Sales Cloud. * Se puede complementar conOracle Commerce Cloud, Oracle Loyalty Cloud u Oracle Customer Data Management Cloud. * Capacidades de Inteligencia Artificial, bots conversacionales e Internet de las Cosas para ofrecer estadísticas de los clientes.

BPM: más que un modelado de procesos

El BPM es una combinación de los procesos de negocio clave, las personas y la tecnología, alineados para alcanzar las metas de una organización. Por eso adquiere gran relevancia en la transformación digital.

Por Manuel Navarro

Se trata de un elemento dentro de la transformación digital que experimenta crecimientos estables y constante lo que demuestra la importancia que para las empresas tiene esta tecnología. Se trata de un mercado que actualmente tiene un crecimiento orgánico de dos dígitos en España. Esta evolución positiva responde al aumento de la adopción del mundo BPM en el midmarket que ahora tiene acceso a estas plataformas de gestión gracias a la reducción de costes. En general, el mercado para BPM ha cambiado en los últimos años, desde un énfasis en la optimización de sistemas y procesos internos para una mejor efectividad a unas prioridades de en tema de tecnología de negocio de cara al cliente. Los clientes ahora son la vanguardia de la innovación empresarial. BPM es la tecnología clave para la transformación digital, apoyando la integración y aplicación de tecnologías digitales en modos que llevan a cambios fundamentales a todos los niveles de operaciones empresariales, desde los procesos cara al cliente como los internos. Los datos son cada vez más positivos como demuestra la opinión de Miguel Valdés Faura, director general de Bonitasoft: "En el próximo año, plataformas de negocio digital basadas en BPM pasarán a primer plano como la forma para alcanzar ventajas competitivas para aquellos negocios comprometidos con la transformación empresarial digital. Estas plataformas integradas abarcan la convergencia de importantes flujos de tecnología, incluyendo big data, análisis de datos, inteligencia artificial, machine learning, la nube, movilidad, seguridad, redes sociales, la computación cognitiva y la transformación y disrupción digital. Las plataformas de BPM pueden servir como piedra angular de los esfuerzos de la transformación digital del negocio, facilitando nuevos niveles de transparencia y extensibilidad a los equipos de desarrollo".

Uno de los motivos de este crecimiento viene debido por varios factores. Uno de ellos es que "en la actualidad las soluciones de gestión de la información más avanzadas incluyen capacidades de BPM o Business Process Management. Esto ha hecho que lo que antiguamente se conocía como Gestión Documental o Electronic Document Management (EDM) y que posteriormente evolucionó a Gestión de Contenidos Empresariales o Electronic Content Management (ECM) ahora haya avanzado nuevamente hacia un concepto de Plataforma de Servicios de Contenido (CSP)".

VENTAJAS

La tecnología BPM automatiza cada uno de los procesos fundamentales de una empresa, y ayuda a las compañías a abandonar los métodos manuales basados en hojas de cálculo. El reporting y el análisis son también funciones esenciales dentro del BPM, ya que proporcionan una línea de conocimiento por actividad, con lo que es posible saber si se permanece dentro de los márgenes de ejecución en todo momento. Pero hay más. Para Miguel Ángel Díaz, Business Development Manager, AppDev & Middleware de Red Hat, "las principales ventajas son el ahorro de costes y la transparencia de todos los procesos en la empresa. Esto es posible porque el BPM automatiza los procesos empresariales en busca de la eficiencia de los recursos humanos, permitiendo que se lleven a cabo los procesos de una manera ágil y mejorándolos a medida que los va monitorizando e identificando las ineficien-

cias y los cuellos de botella de los propios procesos. Lo mejor de todo es que estos procesos son visibles y transparentes para toda la organización".

Y es que el BPM aporta tanto seguridad como eficiencia en la gestión. Permite a las empresas modelizar, implementar y ejecutar procesos de cualquier tipo, ya sea dentro de un departamento o en toda la entidad. Las herramientas ECM (Enterprise Content Management) han sido siempre de las primeras en incorporar este tipo de tecnologías BPM para el control de los procesos y documentación. Para Jesús Cabañas, Regional Sales Manager de Iberia de PFU (EMEA) Limited – a Fujitsu company, "actualmente la importancia de la gestión documental está cobrando más fuerza que nunca debido a la inminente llegada del RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) que exige un control exhaustivo de los datos y que está llevando a las empresas a pasar sus documentos en papel a digital prácticamente en el mismo momento que se generan. En este sentido, los grandes avances introducidos en el mundo del escáner están siendo decisivos. Desarrollos como el software PaperStream Capture Pro de PFU (EMEA) Limited – a Fujitsu company facilitan a las empresas el cumplimiento de dicha legislación permitiendo extraer la información de los documentos digitalizados desde cualquier dispositivo de captura y convertirla en datos indexables y por tanto auditables dentro de las organizaciones". Según IDC, las empresas gastan un alto porcentaje (entre el 5 y el 15%) de sus ingresos en la gestión de la información. Esto se debe a las ineficiencias y costes ocultos detrás de los procesos de negocio. Para Marta Olbés de Canon, "las tecnologías BPM permiten combinar de forma óptima las personas, los procesos de negocio y las tecnologías de la información. Por tanto, el BPM es una tecnología clave en el camino hacia la Transformación Digital en las empresas".

Estos son los elementos tradicionales, sin embargo hay novedades en cuanto a los usos que se dan en las empresas. Por ejemplo, Miguel Valdés, "el BPM se ha centrado tradicionalmente en problemas operacionales: mejorar la eficacia, reducir costes y ayudar a los equipos a trabajar juntos mejor a través de la automatización. Pero cada vez más estamos viendo a las empresas utilizar BPM para solucionar problemas estratégicos como incrementar la satisfacción de los clientes, facilitar la creación de nuevos servicios e incrementar los ingresos".

NO SÓLO UN MODELIZADOR

Las soluciones de BPM aportan un gran valor añadido a las organizaciones. Actualmente se requiere de herramientas para aumentar la competitividad y productividad y reducir los costes y eso lo proporcionan las soluciones BPM. No obstante, es necesario elegir de forma correcta ya que en muchos casos nos encontramos con una solución que no es más que un simple modelizador. Esto es un error ya que la modelización de los procesos permite ser transparente e identificar de qué manera ser eficiente. Sin embargo, y tal y como señala el portavoz de Red Hat, "el principal valor del BPM está en la automatización, la gestión dinámica de lo que está ocurriendo y el hecho de poder tomar decisiones en tiempo real. La modelización se trata de un primer paso cuando se tiene en mente automatizarlo". La adquisición de este tipo de herramientas, ¿puede suponer una pérdida de la inversión? Para Jesús

Cabañas de PFU-Fujitsu, "no tiene por qué ser así, cada organización tiene una estructura soportada por procesos específicos, el simple hecho de realizar el análisis previo acerca de los procesos internos es ya un activo importante. Muchas veces la frontera entre el BPM y ERP/CRM no está muy clara y la modelización es una parte básica y necesaria".

Marta Olbés de Canon cree que, sin embargo, "cuando se realiza una inversión en un BPM hay que asegurarse de que tiene ciertas capacidades que van mucho más allá del modelado de procesos". En su opinión, un BPM debe permitir además:

• Controlar electrónicamente los procesos de negocio, para saber en qué estado se encuentran, quién está haciendo qué y cuándo, y permitir su monitorización en tiempo real para detectar posibles fallos, cuellos de botella, etc. dotando así de capacidad de reacción temprana a las empresas.

• Ejecutar los procesos de negocio de manera automatizada siempre que sea posible y hacerlo siguiendo las reglas de negocio que se hayan definido para mejorarlo y optimizarlo.

• Mantener la trazabilidad de dichos procesos en previsión de posibles auditorías internas o externas futuras donde haya que demostrar qué pasó, cuándo y por qué, etc.

• Medir los KPIs clave del rendimiento de cada proceso, mediante cuadros de mando de Analítica de negocio o Business Intelligence interactivos y en tiempo real con los indicadores más importantes, que permitan profundizar en la información de menor a mayor nivel de detalle para poder localizar la información más valiosa como las claves necesarias para tomar decisiones, posibles desviaciones, etc.

¿Y SI NO SE ADOPTA?

Sabemos cuáles son las ventajas de adoptar una solución BPM, pero ¿qué ocurre si no adoptamos una solución de este tipo? Las aplicaciones creadas en la plataforma BPM ofrece la capacidad de lanzar fantásticas interfaces de usuario acompañadas de un procesamiento ágil, simple y eficiente de los procesos de gestión subyacentes que contribuyen a la experiencia de usuario al completo. Tal y como asegura el portavoz

TECNOLOGÍA AL RESCATE DE LOS DEPARTAMENTOS FINANCIEROS

Por Marta Olbés, Document Solutions Product Manager de Canon

En el departamento financiero, el proceso de cuentas a pagar es uno de los que más carga de trabajo manual suele acumular.

Según un estudio de Canon, el 75% de los departamentos financieros aún recibe las facturas en papel, y tiene por tanto que introducirlas manualmente en el ERP. Esto ocasiona que casi la mitad de los profesionales cualificados lleguen a perder más de 10 minutos diarios corrigiendo datos introducidos erróneamente en el ERP y hasta 1 hora en el 4% de los casos. Si a esto añadimos que 2 de cada 3 facturas tardan 10 o más días en procesarse, supone que la gestión de las facturas de proveedor sufre de una falta de eficiencia y productividad. Los profesionales de los departamentos financieros pasan entre 30 y 60 minutos buscando documentos relacionados con su trabajo y con frecuencia no llegan a localizar esa información o encuentran el documento erróneo. Por ejemplo, 1/3 de los profesionales financieros recibe más de 10 solicitudes de aprobación de facturas al día. Si por cada una de ellas han de localizar los pedidos y albaranes relacionados, supone un impacto importante en su productividad y se traduce en un flujo de información lento e ineficaz, pérdida de dinero y empeoramiento de la relación con los proveedores, lo que, a la larga, perjudica a las compañías. En estos casos, automatizar los procesos puede ser clave para que estas áreas puedan funcionar de forma eficaz y eficiente, mejorando el uso de sus recursos y reduciendo los márgenes de error. Los sistemas de procesamiento automatizado de facturas de proveedor ahorran tiempo y costes, aportan una mayor precisión de los datos y mejoran la productividad de Cuentas a Pagar. Además, ayudan a las compañías a cumplir con las normativas legales.

Desde que llega una factura se extraen automáticamente los datos relevantes que son enviados bien al ERP o bien a un flujo de trabajo de aprobación controlado electrónicamente a lo largo del cual se irán realizando comprobaciones automáticas de acuerdo a las reglas de negocio que se hayan definido y uno o varios aprobadores podrán verificar las facturas con total trazabilidad, hasta que se produzca su contabilización.Los sistemas más avanzados incluyen módulos de analítica de negocio con cuadros de mando interactivos y en tiempo real con información clave lo que da una visibilidad total al Director Financiero que le da mayor poder de negociación con los proveedores y le permite tomar decisiones informadas y profundizar en la información a mayor nivel de detalle. Otra de las ventajas de los sistemas de procesamiento automatizado de facturas de proveedor es la posibilidad de tener un Portal para proveedores donde éstos podrán consultar por sí mismos los documentos que les pertenecen y sus estados.

También en el Departamento Financiero, el proceso de Cuentas a Recibir genera altos costes de gestión no solo por la intervención manual que requiere un alto porcentaje de las facturas emitidas sino también por los costes de impresión, manipulación y envío postal tradicional. Más allá de los costes, las dificultades en la generación y distribución de facturas a clientes vienen por varios frentes. Por un lado, los obstáculos técnicos existentes en el 76% de las organizaciones para integrar datos procedentes de diversas fuentes y los distintos canales de comunicación que demandan los clientes. Por otro lado, la falta de control en el proceso que muchas veces no permite saber si ha fallado algo por ejemplo en la distribución de las facturas y dificulta el cumplimiento. El proceso de Cuentas a Recibir puede mejorar con la Generación y Distribución de facturas electrónicas, aportando ventajas como reducciones de costes de hasta el 50%, mejoras en la comunicación con los clientes, reducciones en el periodo medio de cobro y mejoras en el cumplimiento con total seguridad, transparencia y trazabilidad.

Sin embargo, cada empresa tiene unas características y necesidades propias. Por eso Canon ha desarrollado soluciones flexibles, modulares y escalables, que se adaptan a las necesidades de cada empresa para procesar las facturas entrantes y salientes rápida y eficazmente.

Como socio especialista, Canon analiza en profundidad las necesidades específicas de cada compañía y diseña soluciones adaptadas a cada empresa. Además, también las acompaña durante todo el proceso de integración de estas soluciones, poniendo siempre el foco en el uso real que se va a hacer de las aplicaciones. El objetivo es que éstas tengan un impacto positivo en la vida diaria de los trabajadores y faciliten sus tareas diarias.

de Bonitasoft, "en cualquier aplicación empresarial, una acción de un usuario inicia un proceso de trabajo. El proceso, o lógica de negocio, tras una aplicación basada en BPM afecta a como interactúa el usuario con la aplicación y la necesidad de sistemas automáticos (Ejemplo, bases de datos, emails, CRMs, etcétera). Una verdadera experiencia de usuario, tanto para clientes como para empleados, se extiende desde la interfaz de usuario a todo el camino a seguir hasta el último paso del proceso. Sin una plataforma de BPM, es difícil para una empresa crear una experiencia de usuario de esas características". Por su parte, el portavoz de Red Hat opina que, una empresa que no adopte soluciones BPM se está perdiendo "el propio crecimiento de su organización porque la ausencia de un BPM repercute tanto en la satisfacción del cliente, tanto interno como externo, que tiene que enfrentarse a procesos arcaicos que pueden hacer que cualquier gestión sea larga y caótica; y en el nivel económico de la empresa, ya que ciertos procesos cuestan mucho dinero a las empresas".

Por su parte Marta Olbés de Canon cree que una herremienta BPM es esencial porque "las empresas y organizaciones gestionan innumerables procesos de negocio a lo largo de su cadena de valor. La manera en la que estos se desarrollan tiene un impacto directo en la eficiencia de la organización, en los costes, en la satisfacción del cliente, y en el cumplimiento. En un entorno cada vez más competitivo, todos estos factores son claves para la supervivencia de las empresas".

Claro está que, a la hora de adoptar una solución, el precio y los costes son un elemento que puede comprometer la adquisición de una herramienta de estas características. En este sentido, la portavoz de Canon afirma que "los costes de las soluciones BPM son costes derivados principalmente de las licencias de uso de estas soluciones tecnológicas y de los Servicios Profesionales de Consultoría e Implementación necesarios para comprender y mejorar los procesos de negocio y parametrizar dichos procesos en las herramientas BPM. Lógicamente el factor principal a tener en cuenta es el ROI o retorno de inversión que dichas soluciones van a reportar a las empresas. Por ejemplo, hay analistas que indican que en el proceso de Cuentas a Pagar se pueden obtener ahorros de hasta el 60% (hasta 10€ de ahorro por cada factura procesada) y en el proceso de Cuentas a Recibir se

pueden obtener ahorros de hasta el 50% (hasta 6€ de ahorro por cada factura emitida)".

También Miguel Olbés de Bonitasoft cree que "el coste no tiene por qué ser un problema crítico para el uso de BPM. Existen herramientas como Bonita que están disponibles sin coste en su versión Open Source. Cuanto más exigente sea la empresa, por supuesto, mayor será el coste de la solución. Se necesita un equipo cualificado de desarrolladores para crear aplicaciones de negocio totalmente personalizadas- aunque el coste de la personalización de una solución BPM sigue siendo menor qie el desarrollo personalizado, no sólo de costes iniciales sino también durante todo el ciclo incluyendo el mantenimiento".

SAAS Y DESARROLLO A MEDIDA

La nube propicia el desarrollo del SaaS. Ambos elementos han posibilitado que las pequeñas empresas tengan acceso a los últimos desarrollos tecnológicos. Para el portavoz de Bonitasoft, "el uso de tecnologías en la nube como AWS permite posibilidades muy útiles de PaaS, como por ejemplo la capacidad de preparar la infraestructura entera de una plataforma para implementar y testar aplicaciones antes de desplegarlas ante los usuarios. DevOps pueden beneficiarse de aprovisionamientos más rápidos y suaves e implementaciones en múltiples entornos".

Cuando se implementa una solución BPM, ésta puede tener diferentes formas de entrega. Los BPM en la nube en modo SaaS (Software as a Service) flexibilizan el acceso a este tipo de tecnologías sin necesidad de realizar una inversión en licencias ni en infraestructura. Tal y como asegura la portavoz de Canon, "estos sistemas se entregan en modo pago por uso y por tanto es posible conseguir que empresas que no podían abordar estas inversiones, sí puedan aprobar costes operativos y beneficiarse así de las tecnologías BPM. Además, los BPM en modo SaaS son flexibles, lo que les permite adaptarse a temporadas de picos trabajo o reducirse en temporadas valle. Y por último, gracias a su escalabilidad, permiten evolucionar y crecer conforme va creciendo la empresa".

El problema de SaaS es que muchas veces las empresas no pueden desarrollar herramientas a medida. Aunque, no obstante, esto no quiere decir que sea mejor esta última opción. Tal y como afirma Miguel Ángel Díaz de Red Hat, "los procesos dependen de cada empresa, pero eso no significa que los procesos tengan que cambiar para cada empresa. Lo que si es necesario es parametrizar los procesos de tal manera que respondan a las necesidades de cada organización. De igual modo, hay que adaptar el interfaz de usuario de negocio para cada caso/cliente". Por su parte, Miguel Valdés cree que "Cada empresa tiene su propia pila tecnológica de información, necesidades de interfaz de usuario y mezcla de habilidades de equipo de desarrollo - pero puede crearse una espina dorsal de procesos reusable. Y elementos reutilizables- como widgets de formularios y conectores - eso puede utilizarse en múltiples aplicaciones que quiere decir que no es necesario empezar el desarrollo completamente desde ceropor cada aplicación que la empresa necesita". Marta Olbés de Canon da las claves para optar entre una u otra opción: "Aunque pertenezcan al mismo sector y tengan un tamaño similar, nunca hay dos empresas iguales. Por tanto, siempre será necesario parametrizar la solución BPM a medida de cada empresa. Sin embargo, no siempre será necesario realizar desarrollos a medida. Los desarrollos a medida entendidos como programación o desarrollo de código, suelen venir motivados por el deseo de integración nativa con los siste-

UNA SOLUCIÓN NOVEDOSA: DOXIS4 IROOM

La plataforma unificada de SER Group DOXiS4 iRoom une el mundo ECM, con el del EFSS (Enterprise File Sharing Solutions) y el del BPM (Business Process Management) bajo los requisitos de la gestión documental más exigente y el manejo seguro de archivos críticos. DOXiS4 iRoom actúa como una plataforma central para todos los usuarios con amplio acceso a contenidos y datos de toda la empresa para situar las diversas tareas y procesos del proyecto al servicio de las personas y no al revés.

Los equipos interdepartamentales de compañías multinacionales, con múltiples ubicaciones y separados por grandes distancias geográficas, pueden trabajar al unísono bajo diferentes husos horarios, compartiendo proyectos y tareas en tiempo real. Muchos de estos procesos no se limitan a miembros internos de la empresa, sino que involucran a colaboradores externos.

DOXiS4 iRoom, garantiza una gestión de proyectos amigable en un entorno sellado, denominado "Sala de Datos Virtual". Los usuarios, participantes externos, socios, proveedores y clientes, pueden compartir, editar y acceder a información, datos y tareas de forma segura e independiente de la localización, a través del acceso vía Web", –señala Ralf Stiegelmeier, Director de la compañía para España, Portugal y América Latina -. DOXiS4 iRoom puede implementarse en entornos confidenciales para planificar fusiones y adquisiciones, o proyectos internacionales con procesos paralelos y secuenciales. Con DOXiS4 iRoom, el área de TI mantiene el control y obtiene una perspectiva general de quién ha accedido a qué, y qué cambios se han producido, al disponer de herramientas de trazabilidad y auditoría.

La solución de SER Group es una herramienta de colaboración integral que actúa bajo un punto centralizado de información. La gestión avanzada del acceso y las rutas auditadas garantizan la máxima seguridad con la flexibilidad de poder añadir participantes externos o cambiar sus atributos y privilegios en cualquier momento. Los participantes externos son invitados por correo electrónico y obtienen acceso instantáneo a la información proporcionada para su rol específico: ver solo, editar o compartir derechos, acceder sólo a partes del contenido especificado o incorporarse a procesos del proyecto en general. El acceso puede ser cancelado con la misma facilidad.

mas de la compañía. Sin embargo, en muchas ocasiones los consultores analizan las necesidades subyacentes y pueden minimizar o incluso evitar estos desarrollos, lo que reduce el coste y favorece a la larga el mantenimiento de estas soluciones".

LAS NUEVAS TENDENCIAS

Con la llegada de la Inteligencia Artificial, el machine learning, etc. las herramientas BPM pueden cambiar de forma sensible. Los retrasos por procesos bloqueados son todavía un problema. Pero los avances recientes en el tema de la inteligencia artificial están haciendo posible anticiparse a futuras limitaciones y orientarlas con los recursos disponibles, para llegar a ser proactivo en vez de reactivo, y evitar los cuellos de botella que causan los bloqueos. Las tecnologías de inteligencia artificial están permitiendo la detección de patrones de flujo de procesos y predicción de métricas de negocio y procesos para orientar medidas correctivas y actualizaciones para las aplicaciones activas. Con inteligencia artificial, las aplicaciones pueden analizar sus propios patrones históricos y señalar futuras limitaciones, que no son fáciles de ver para un humano, y predice ciertos comportamientos activando ciertas recomendaciones para la toma de decisiones automática o humana. Para la portavoz de Canon, "la combinación entre AI y BPM es algo muy novedoso y revolucionario pues permitirá dotar a los BPM de cierta capacidad de aprendizaje (machine learning). Así por ejemplo, será posible optimizar procesos en base a datos históricos o predecir comportamientos futuros para poder adelantar la toma de decisiones de negocio". Finalmente, el portavoz de Red Hat cree que "el principal cambio que se está experimentando en las herramientas BPM con la llegada de las nuevas tecnologías se centra en el motor de regla. Ahora el motor de regla puede coger algoritmos mucho más complicados y asumir tareas mucho más complejas facilitando operaciones más eficientes y resultados más precisos. Red Hat tiene su propio motor de reglas, que se llama Decision Manager y está incorporado en el BPM. Este motor de reglas se conecta con el mundo R y otros paquetes estadísticos, que está dominando este sector".

PROCESOS EMPRESARIALES E INICIATIVAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por Miguel Valdés Faura, director general de Bonitasoft

Una de las tendencias más importantes es la transformación digital de los procesos empresariales. Las plataformas digitales de procesos empresariales pasarán a ser el elemento central para aquellas empresas que hayan elegido utilizar la transformación digital para obtener ventajas competitivas.

Las plataformas de tecnología digital han estado presentes desde el momento en que las tecnologías digitales se han aplicado a situaciones del mundo real. Lo que es nuevo es que la gran cantidad de procesos empresariales que abarcan estas plataformas digitales, también llamadas plataformas de transformación digital. Éstas combinan varias corrientes tecnológicas importantes, entre las que se incluyen big data, analítica de datos, inteligencia artificial, aprendizaje automático, uso de la nube, movilidad, seguridad, redes sociales, computación cognitiva, así como disrupción y transformación digital. Las plataformas digitales de procesos empresariales serán los ejes de la transformación digital, que proporcionarán a los equipos de desarrollo nuevos grados de apertura y extensibilidad.

Las plataformas digitales empresariales se ven impulsadas por los siguientes aspectos:

- **Las empresas se están centrando en la experiencia de los desarrolladores; se quiere que puedan crear, probar e implantar aplicaciones empresariales más rápido y de forma iterativa.**
- **La existencia de aplicaciones predictivas, que hacen posible trabajar de forma más inteligente, reducir cargas de trabajo y aumentar la participación de los clientes.**
- **Una nueva generación de plataformas de gestión de procesos empresariales (BPM), que ofrece mayor flexibilidad, facilidad de uso e interoperabilidad con otros tipos de software de empresa.**

En cualquier aplicación empresarial, cada acción de un usuario inicia un proceso. El proceso, o lógica empresarial, que hay detrás de la aplicación afecta a la manera en que el usuario interacciona con la aplicación, al igual que ocurre con los procesos que llevan a cabo los empleados y los sistemas automatizados (por ejemplo, bases de datos, correos electrónicos, CRM, etc.). Una experiencia de usuario verdaderamente buena, tanto para clientes como para trabajadores, va más allá de la interfaz de usuario y llega hasta el último paso del proceso.

Al hacer converger las tecnologías fundamentales para la transformación digital en una entidad única y cohesionada, las plataformas digitales de procesos empresariales hacen posible que las organizaciones puedan crear excelentes experiencias de usuario de forma más fácil. Estas plataformas proporcionan un recurso común que la próxima generación de soluciones BPM podrán aprovechar para gestionar los diferentes pasos necesarios para que cada empresa concreta pueda ofrecer una buena experiencia de usuario.

ELEGIR PRIORIDADES

Los responsables tecnológicos involucrados en la transformación digital de los procesos empresariales necesitarán adoptar las siguientes prioridades:

- **Enfocarse en las experiencias digitales de usuario, tanto para clientes como para empleados.**
- **Mejorar la gestión de las excepciones de los servicios y ofertas existentes mediante la aplicación de la siguiente generación de tecnologías BPM.**
- **Asignar más recursos económicos y de desarrollo a aspectos de seguridad, lo que incluye evaluar el posible papel de las tecnologías de cadena de bloques.**

"WhatsApp es magnífico como herramienta profesional"

¿A qué se dedica la parte principal del presupuesto de TI de la empresa?

Actualmente estamos invirtiendo en una renovación tecnológica global que implica un cambio del ERP y CRM corporativos y un profundo cambio en toda nuestra presencia en internet y apps móviles vinculado y alineado todo esto a la estrategia de expansión internacional y crecimiento que tiene la compañía.

¿Qué proyecto es del que está más satisfecho?

Haber podido construir un equipo con alto talento capaz de acometer los importantes proyectos de cambio que tiene la compañía.

Si le pusieran todos los beneficios de la empresa a cargo del departamento de TI, ¿qué le gustaría implementar?

Pues no cambiaría en lo sustancial la línea que tenemos, quizá meter más velocidad en algún aspecto, pero sin alterar en lo esencial el plan principal.

¿La seguridad es un problema?

Si no es un problema, lo que es obvio es que para todo el mundo es una preocupación constante. En los últimos tiempos ha quedado la evidencia de los expuestos que todos estamos a nivel particular, profesional o empresarial a ataques con tecnologías cuya detección es complicada.

¿Se puede trabajar desde casa?

Claro que sí, pero aquí la pregunta fundamental es ¿tenemos el proceso lo suficientemente industrializado para medirlo en remoto? El problema no es la falta de teletrabajadores o personas dispuestas a trabajar en remoto, sino la falta de telemanagers o personas capaces de industrializar un proceso para poderse medir sin necesidad de presencia fí-

sica. En este sentido tenemos todavía que aprender mucho de nuestros colegas del norte de Europa. En España en general se está avanzando mucho en esta línea, pero todavía nos queda mucho que trabajar y mejorar. En el área de sistemas de Legalitas tenemos varias personas en teletrabajo y los resultados son muy buenos, no nos planteamos en el momento actual crecer en esa línea, pero una vez implantado los proyectos más core y principales que tenemos, seria en principio una opción a valorar en profundidad.

Bajo ningún concepto en su móvil puede faltar….

Las fotos de mi esposa y mis hijos.

¿Cuál es la herramienta que realmente le cambió la vida?

WhatsApp, más allá del correo electrónico y el teléfono me da la inmediatez de la comunicación corta y la respuesta rápida. Es magnífico si sabes usarlo en la vida profesional sin invadir la privacidad de las personas ni su tiempo privado.

¿Harto de solucionar los problemas tecnológicos de la familia y amigos? ¿Qué le suelen pedir?

De hecho, cualquier cosa que tenga un enchufe pasa a ser responsabilidad mía… desde configurar un programador de calefacción hasta reinstalar un PC o incluso, asesorar en compras de hasta lavadoras u otros electrodomésticos… me toca todo lo que lleve un enchufe o un teclado o una pantalla de indicadores de una manera u otra me toca…

¿Tiene cuenta en redes sociales? ¿En cuáles?

Frecuento poco, publico menos, y quizá debería más…, LinkedIn es una de mis favoritas y, a nivel particular Facebook y Twitter, pero estas dos últimas para recibir información más que para publicar.

¿Cree que las empresas deben tener perfil en redes sociales?:

Es fundamental la presencia. Hoy día estas plataformas no son un agregado sino una parte intrínseca del día a día de la sociedad y de las personas, y las empresas como parte de la sociedad deben estar presentes.

¿Qué es eso de la transformación digital? ¿Slogan o necesidad?

Es buena pregunta, quizá un poco de ambas, todos estamos digitalizados con nuestros móviles y nuestras apps pero cuando nos sentamos en el despacho la mayoría gestiona como en el siglo XX y pretende llegar a los clientes como en el siglo XX y estructurar los proceso como en el siglo XX… se nos olvida esa parte digital…

¿Lo del I+D+i, es una leyenda urbana?

Pues en España parece que sí. Tengo la enorme fortuna de trabajar para una compañía que en su momento innovo dentro de un sector creando un modelo de negocio totalmente nuevo y revolucionario que acerco un servicio legal, tradicionalmente ajeno a las personas, a todo el mundo que lo pudiera necesitar, haciéndolo asequible, cercano y amigable… y todo esto apalancado en tecnología para hacerlo masivo y escalable.

¿En la nube u on-premise?

Actualmente en Legalitas estamos en un modelo mixto donde las limitaciones de latencia y otros aspectos técnicos que tiene la nube los complementamos con tecnología on-premise. Pero todos tenemos claro aquí dentro que la nube es donde estaremos. Es una cuestión de tiempo y de ajuste tecnológico. Estamos invirtiendo mucho en esa línea.

La tecnología, ¿necesita un abogado?

Por supuesto, los desarrollos informáticos podrán ser ilimitados pero, aunque siempre sea de manera más lenta y un paso por detrás, se debe ir legislando sobre ellos. En caso contrario, podríamos poner en peligro derechos fundamentales.

José Luis Martín Martínez

CIO de Legalitas

Fecha de nacimiento: 3/01/1968
Estado Civil: Casado.
Hijos: Dos.
Deportes: Navegar y senderismo
Hobbies: Leer y claro..., la tecnologia.
Estudios: Ingeniero informatico, MBA y PDG por el IESE
Antigüedad en la empresa: 1 año
Personas a su cargo: 30
Trabajos anteriores: CIO Corporativo en Digitex y CIO Corporativo en Securitas Direct

Pasos a seguir para migrar con éxito a SAP HANA

Hablar de plataformas digitales como SAP HANA implica hablar de la transformación tecnológica que están experimentando las principales empresas del mundo.

Ángel Trevejo
Socio-DIrector de Altim

La cada vez mayor heterogeneidad y complejidad de los modelos productivos de las grandes compañías actuales ha venido acarreando una serie de retos para las mismas empresas, que ya no pueden escapar de esa transformación digital que persigue precisamente adaptar dichos modelos productivos a las necesidades de los mercados globales de hoy.

En esa línea, SAP HANA se postula como una de las herramientas protagonistas de esa transformación, constituyendo una plataforma de base de datos y desarrollo de aplicaciones que se adapta a los ritmos y patrones de calidad de las grandes marcas. SAP HANA permite acelerar todos los procesos en torno a una gran empresa, implementando sistemas analíticos inteligentes que contribuyen a un mejor rendimiento y una toma de decisiones más eficaz, basada en datos actualizados y accesibles.

Pero, ¿cómo podemos pensar en términos prácticos la integración de la plataforma en nuestra empresa? En este artículo plantearemos una serie de fases o pasos que toda compañía atraviesa en su transición a lo digital de la mano de SAP HANA, buscando mostrar tanto sus aplicaciones y potencialidades como el proceso de adaptación al sistema.

1. Contacto con una consultora de servicios tecnológicos y análisis del modelo productivo de la empresa y su lugar en el mercado(s). Entre las primeras cosas que debemos pensar si hemos considerado adaptar nuestra empresa al sistema SAP HANA es tratar de comprender, con el mayor detalle posible, cuáles son los aspectos y características de la organización de la compañía, en aras de detectar algunas de las maneras en que la plataforma digital nos puede ayudar a incrementar el rendimiento y eficiencia de sus procesos. Por otro lado, fijarnos en la competencia y en sus usos de un producto informático u otro puede ser también de utilidad, ya que nos va a permitir ver en qué medida la empresa será más competitiva con la implementación de SAP HANA. Es recomendable, sin duda, proceder ya a estos análisis con el apoyo de alguna consultora especializada, que nos advertirá de especificidades y elementos a tener muy en cuenta en la transición digital de la compañía.

2. Desarrollo y personalización de SAP HANA. Diseñando las aplicaciones particulares para la empresa. Habiendo analizado la organización y funcionamiento de la compañía, y en contacto con la empresa de consultoría tecnológica que hayamos elegido, toca ahora concretar y definir las formas en que SAP HANA vehiculará las distintas dimensiones de la empresa. Por ejemplo, una de las potencialidades de la plataforma tiene que ver con la gestión de las bases de datos, simplificando y reduciendo las costosas y complejas infraestructuras de sistemas informáticos previos. Con SAP HANA, una única base de datos proporciona información estratégica en tiempo real, esto es, una sola base permite el acceso y análisis rápido de cantidades ingentes de datos procedentes de la integración del

ASLAN 2018 CONGRESS & EXPO

25 AÑOS TODO CONECTADO

ENABLING
DIGITAL TRANSFORMATION

11 & 12 ABRIL MADRID

Security · Cloud · Mobility · Collaboration

Networks · IoT · DataCenter

Analytics · Artificial Intelligence

PALACIO MUNICIPAL DE CONGRESOS MADRID

+2.500 m²

+10 Espacios y Salas de Conferencias

+6.000 asistentes procedentes de...

+3.000 ...empresas de toda España

+100 compañías líderes en tecnologías y servicios IT

+150 speakers

EXPO IT Innovation Areas · IT Leaders Forum · Enterprise & Government IT Managers Meetings · KeyNotes · Speakers Corners · Digital Transformation Awards · VIP & Institucional Relationship Area · Company WorkShops

Impulsar la tecnología para acelerar la Transformación de empresas y administraciones: *IT managers, partners, service providers* y *startups* tienen la oportunidad de liderar la Transformación Digital aportando su talento y experiencia. Conocer las últimas innovaciones tecnológicas, y cómo transformar las organizaciones, es su gran reto en la nueva era digital y el foco principal del Congreso ASLAN2018.

GLOBAL SPONSORS

DELL EMC · vmware · WALHALLA · econocom · eset · Hewlett Packard Enterprise

EVENT SPONSORS

CenturyLink · COMMVAULT · Extreme · INFORMÁTICA · interCloud · KASPERSKY · Lenovo · SOPHOS · vmware · vodafone

Inscripción gratuita en **www.congreso.aslan.es**

Síguenos y participa **#ASLAN2018**

CELEBRACIÓN SIMULTÁNEA

smart energy CONGRESS

ORGANIZA

@asLAN

Creamos espacios de encuentro y divulgación tecnológica gracias al apoyo de más de 100 empresas asociadas

total de la información de la empresa.

3. Implementación. Trabajando con SAP HANA. El desarrollo particularizado de la plataforma digital no evita una primera fase de adaptación del personal a las herramientas que proporciona HANA. Hay que señalar que su diseño se caracteriza por la accesibilidad y las facilidades que ofrece al usuario, permitiéndole trabajar desde cualquier lugar, dispositivo y momento, así como simplifica y reduce la duración de esa primera etapa de aprendizaje y adaptación que con sistemas previos era más tediosa y extensa. SAP HANA hace posible una visión general y objetiva de todo tipo de aspectos estratégicos y empresariales, acelerando los procesos de negocio por medio de la explotación de sus capacidades predictivas y el aprendizaje de los algoritmos.

4. Mantenimiento y soporte. Finalizado el proceso de implementación de la plataforma digital a la empresa, queda por asegurar la estabilidad del funcionamiento de SAP HANA, es decir, evitar posibles errores o averías que puedan entorpecer la actividad de la compañía. Al perfeccionamiento de los distintos softwares, que hacen cada vez más improbable la posibilidad de error, hay que añadir el servicio técnico que las consultoras de servicios tecnológicos ofrecen 24 horas, 7 días a la semana, siendo recomendable que dicho servicio esté además avalado por SAP, la multinacional alemana que diseñó y patentó HANA.

En definitiva, migrar con éxito a HANA tiene que ver con un periodo de contacto, desarrollo e implementación, donde la relación entre la empresa y la consultoría tecnológica será clave para asegurar que la plataforma digital cumpla sus objetivos de eficiencia, seguridad y accesibilidad.

SAP HANA se postula como una de las herramientas protagonistas de la transformación digital, constituyendo una plataforma de base de datos y desarrollo de aplicaciones que se adapta a los ritmos y patrones de calidad de las grandes marcas

DIGITAL BUSINESS WORLD CONGRESS

Madrid 2018
22-24 May

FACING THE DIGITAL
AVALANCHE

Discover #DES2018 Top Speakers

Stuart Russell
Computer Science Professor
Berkeley University
Artificial Intelligence

Tamara McCleary
CEO
Thulium
Brand Marketing

Arun Sundararajan
Professor
NY Stern University
Sharing Economy

Aristedes Mahairas
Head of NY Special Operations
FBI
Cybersecurity

Hanna Niemi-Hugaert
IoT Manager
City of Helsinki
Smart City

Digital Transformation:
a growing market you should take advantage of

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

BLOCKCHAIN

CLOUD

CYBERSECURITY

DIGITAL MARKETING

INTERNET OF THINGS

Follow us:

www.des-madrid.com

An event of:
NEBEXT

La inmediatez, factor clave en la digitalización del sector industrial

En el sector industrial, hay numerosos aspectos que de alguna manera 'obligan' a que realice desde ya una profunda transformación digital

Luis Bautista, ndustry Business Director DevoTeam Drago

España continúa intentando salir de una profunda crisis donde el miedo de las empresas a invertir todavía constituye una barrera para que la transformación digital en el sector industrial sea ya una realidad. Un estudio realizado por IMD University dice que cuatro de cada diez empresas desaparecerán en cinco años, lo que quiere decir que solo sobrevivirán en el mercado las que hayan acometido los cambios que está demandando la sociedad y sus clientes. Mención aparte es el sector industrial que, debido a los cambios tecnológicos de los años venideros, tendrá que reinventar su negocio transformándolo totalmente. Un estudio reciente de PwC cifra en solo un 8% las empresas que están digitalmente avanzadas en la industria española frente al 33% a nivel mundial.

Adentrándonos en mayor profundidad en el mencionado sector industrial, hay numerosos aspectos que de alguna manera 'obligan' a dicha transformación digital. El cliente se ha convertido en el más importante de ellos por su grado de exigencia, pues ha pasado de adoptar un papel pasivo a ser conocedor y usuario de la última tecnología y quien define en muy alto grado la estrategia que deben seguir las compañías.

De ahí que los servicios de cloud, junto con la automatización de procesos, se hayan convertido en algunas de las necesidades más demandadas por parte de los clientes.

En este sentido, el tratamiento de la información es otro aspecto a tener muy en cuenta, ya sea a través de la implantación de proyectos de Business Intelligence como mediante la 'venta predictiva' tratando gran-

des volúmenes de información de los clientes, pues permite darles valor añadido a la vez que incrementa la posibilidad de venta.

Tanto las bases de datos tradicionales como la valiosa información conseguida en redes sociales, aplicaciones y registros web son elementos clave para afrontar este tipo de proyectos de digitalización.

De igual manera, también es muy importante y determinante tener en cuenta el público objetivo de cada empresa.

Actualmente las grandes corporaciones llevan ventaja sobre las Pymes aunque, como ya sabemos, actualmente es el cliente quien requiere y reclama determinados servicios y actuaciones, lo que hará que algunos de sus proveedores pongan en marcha proyectos de transformación digital antes que otros, dependiendo de sus necesidades y del tipo de negocio, e independientemente de su tamaño.

Hay que tener en cuenta también aspectos muy especializados y concretos que harán que nuestra interrelación con las empresas sea completamente diferente de aquí a unos años. La realidad virtual, la inteligencia artificial o computacional (robótica), la domótica avanzada, los sistemas de voz, las impresoras 3D o los traductores de idiomas en tiempo real, entre otros, hacen inimaginables nuestras vidas dentro de diez años. Por eso es vital que la industria esté preparada para lo que está llegando y a la velocidad a la que lo está haciendo. Muchas empresas y trabajos de hoy en día desaparecerán, pero se abrirán otras con nuevos niveles de especialización que harán que en muy pocos años lo que hoy nos parece todavía lejano, lo tengamos al alcance de nuestras manos.

También es muy importante y determinante tener en cuenta el público objetivo de cada empresa

Xavier Codó

vicepresidente para España y LATAM de Mitek

"Cualquier persona puede suplementar la identidad de otra a partir de la información que pueda encontrar en la Red"

Más de la mitad de la información personal de la población mundial está disponible en la Red Oscura debido a infracciones masivas de datos, lo que convierte en obsoletos los métodos tradicionales de verificación de identidad y alienta a actividades delictivas. Entrevistamos al vicepresidente de Mitek, compañía especializada en verificación digital de la identidad (IDV). La rapidez con la que el cibercrimen se reinventa para acceder, mediante la usurpación de la identidad digital, a datos personales de usuarios de todos los ámbitos, impone que el de la fiabilidad del canal digital sea un imperativo para todos los operadores, que son cada vez más, tanto del ámbito público como del privado, cuyo negocio o plataforma depende de información personal de los clientes y usuarios.

Manuel Navarro

¿Qué es la identidad digital?

Hoy en día, todos tenemos una identidad digital. Quizá más o menos controlada, pero nuestra actividad deja una huella en internet y la vincula de forma irrevocable a nuestra identidad física, cualquier perfil personal o profesional, los contenidos digitales que publicamos, nuestros contactos, email y teléfono, e incluso las transacciones electrónicas que realizamos. El rastro puede ser más o menos accesible, pero está ahí.

Obviamente, esta identidad digital también tiene, un lado oscuro. Cualquier persona puede crear diferentes identidades en internet, o bien, suplementar la identidad de otra a partir de la información que pueda encontrar en la red, por no hablar claro, del robo de datos personales, financieros, etc.

Por ese motivo, no es extraño que uno de los principales retos del sector financiero sea la identificación y autenticación fiable de los usuarios en sus procesos de onboarding, o bien, en la solicitud de créditos o financiación online.

¿Sabemos los usuarios qué es la identidad digital?

Aunque parezca que no, cada vez somos más digitales. La penetración del uso de tecnologías móviles se está diversificando y tenemos más presencia online porque dedicamos muchísimas horas estar conectados. Lo que quiero decir, es que somos digitales y hay un grado de consciencia de que dejamos una huella cuando interactuamos y de que creamos una identidad virtual.

¿Cómo se protege la identidad digital?

Los sistemas de verificación de identidad digital evolucionan a un ritmo cada vez más vertiginoso. Las nuevas soluciones no se limitan a autenticar el documento y sus medidas de seguridad, y a realizar un matching de este con la persona. Se comprueba también que la persona exista con una prueba de vida o liveness, que mediante un filtro de vivacidad es capaz de distinguir si se trata de la persona real o una fotografía a través de ciertos movimientos.

¿El riesgo de fraude es cada vez más elevado?

Sin duda, la inversión en seguridad digital por parte de las empresas cada año crece pero también por eso las soluciones de verificación digital ofrecidas por Mitek frena considerablemente este riesgo.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de datos que se ceden, gratuitamente, a aplicaciones, servicios, etc. No parece que a los usuarios les preocupe mucho este tema,...

Los usuarios no han sido conscientes de la comercialización de sus datos y los riesgos de ello. Es por esto que normativas como la GDPR colaborará a minimizar la divulgación de datos sin consentimiento.

La legislación, concretamente GDPR, ¿puede ayudar a que no se comentan fraudes?

Las normativas propuestas siempre buscan aumentar las medidas de seguridad y con esta normativa se busca proteger el usuario, sus datos y evitar la manipulación de su información.

MÁS TECNOLOGÍA: ¿Y QUÉ QUEDA PARA NOSOTROS?

Por Miquel Barceló

Ya saben que, pasado el Mobile World Congress (MWC), suelo dedicarle uno de estos Temporales. Seguramente será el efecto de una sobreexposición a los medios periodísticos que suelen, al menos en Cataluña, hablar y hablar del MWC y, sobre todo, de los réditos económicos que deja en las ciudades donde se hace: Barcelona y (no lo olviden) L'Hospitalet.

Esta vez hemos tenido, como no podía ser menos, un show adicional por parte de algunos políticos catalanes bisoños y un tanto incompetentes. Con gran habilidad han mostrado su desprecio al rey, pero no a la cena (los políticos también comen y, en general, se agarran a todo lo que pueden para satisfacer sus necesidades habituales: dinero, comida, estatus y todo eso que forma su vida). Sabemos que tenemos y tendremos MWC por aquí desde 2006 a 2023 según consta en los contratos establecidos, aunque alguna alcaldesa inteligente (me refiero a la de L'Hospitalet) esté siempre al acecho por aquello de quedarse el novio cuando otra (menos perspicaz) lo desprecia. Wait and see que dicen los anglos...

Antes de seguir, me gustaría comentar algo que hace años me inquieta.

Ya sé que la repetición hace válidos algunos nombres incorrectos pero hay veces en que la lengua tiene su valor. Solemos hoy llamar a "crimen" a lo que son simplemente "delitos" por aquello de una mala traducción del inglés. En castellano, en la tercera acepción del DRAE, la que la gente suele interpretar, un crimen es la "acción voluntaria de matar o herir gravemente a alguien", pero hay muchos delitos en que no hay ni muerte ni herida alguna. Y siguen siendo "crime" en inglés aunque en nuestra lengua (muy rica) debería llamársele simplemente "delito".

De manera parecida, hace años que, en el mundo académico suele llamarse "conferencia" a lo que es un congreso. En castellano conferencia es, en la primera acepción del DRAE, una "exposición oral ante un público sobre un determinado tema", mientras que "congreso", siempre según el DRAE, es, en primera acepción una "junta de varias personas para deliberar sobre algún negocio". Y esa deliberación y/o debate puede durar varios días.

Poco se debate y delibera en el WMC. Es más bien una muestra de novedades tecnológicas, en donde cada participante ofrece aquello de lo que dispone

Todo esto me lleva a la sorpresa de que el WMC se etiquete precisamente como "Congress", y le llamemos, nosotros también, "congreso". Evidentemente, poco se debate y delibera en el WMC. Es más bien una muestra de novedades tecnológicas, en donde cada participante ofrece aquello de lo que dispone (o espera disponer en escaso plazo) en una verdadera "feria" ("mercado de mayor importancia que el común, en paraje público y días señalados" según el DRAE). Posiblemente la palabra "congreso" (que, eso sí, también alude a una congregación o reunión de personas...) tenga más prestigio que feria, pero el WMC sigue siendo una feria comercial y ya se sabe que aunque la mona se vista de seda...

Yendo ya a los contenidos, este año, la prensa se ha centrado en las maravillas de la todavía nonata tecnología 5G para los teléfonos móviles inteligentes. Se la presenta, sin saber exactamente lo que va a dar de sí, como la gran panacea que abre un futuro ampliamente prometedor lo que seguramente sea cierto.

El problema en el mundo de la tecnología para móviles es que en la creación de los estándares intervienen las empresas defendiendo cada una de ellas sus propios intereses. No hay una entidad neutral que estandarice y lo que vaya a ser la tecnología 5G (más potente que las anteriores, eso sí) es difícil de prever.

Y aún lo es mucho más lo que puedan ofrecer las nuevas APPS basadas en esa tecnología. En 2016 se ofrecían entre cinco y seis millones de APPS. Sólo Google Play que ofrecía 2.200.000 APPS en 2016, había pasado al doble (3.300.000 APPS) en 2017. Las descargas de APPS alcanzaron la cifra de 80.000 millones en 2016 y se doblaron en 2017 (160.000 millones) en 2017. Y esas APPS dependen, en sus prestaciones, de la tecnología. ¿Qué podremos hacer con la 5G? me declaro incapaz de adivinarlo, aunque me temo que con todo ello poco quedará para hacer a los seres humanos sin smartphone... ¡Futuros!

Windows Hello: la contraseña eres tú.

ThinkPad X1 YOGA

Nuestra agilidad
te hace ágil

Windows 10 Pro

Lenovo