

¿CUÁL ES EL FUTURO DEL SMARTWORKING?

- ESTADO DE LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR RETAIL
- ¿POR QUÉ ES OBLIGATORIO EL BACKUP?
- ¿CUÁLES SON LOS COSTES OCULTOS DEL CLOUD?

COMPARATIVA  Proveedores cloud

Lenovo
ThinkBook

Smarter
technology
for all

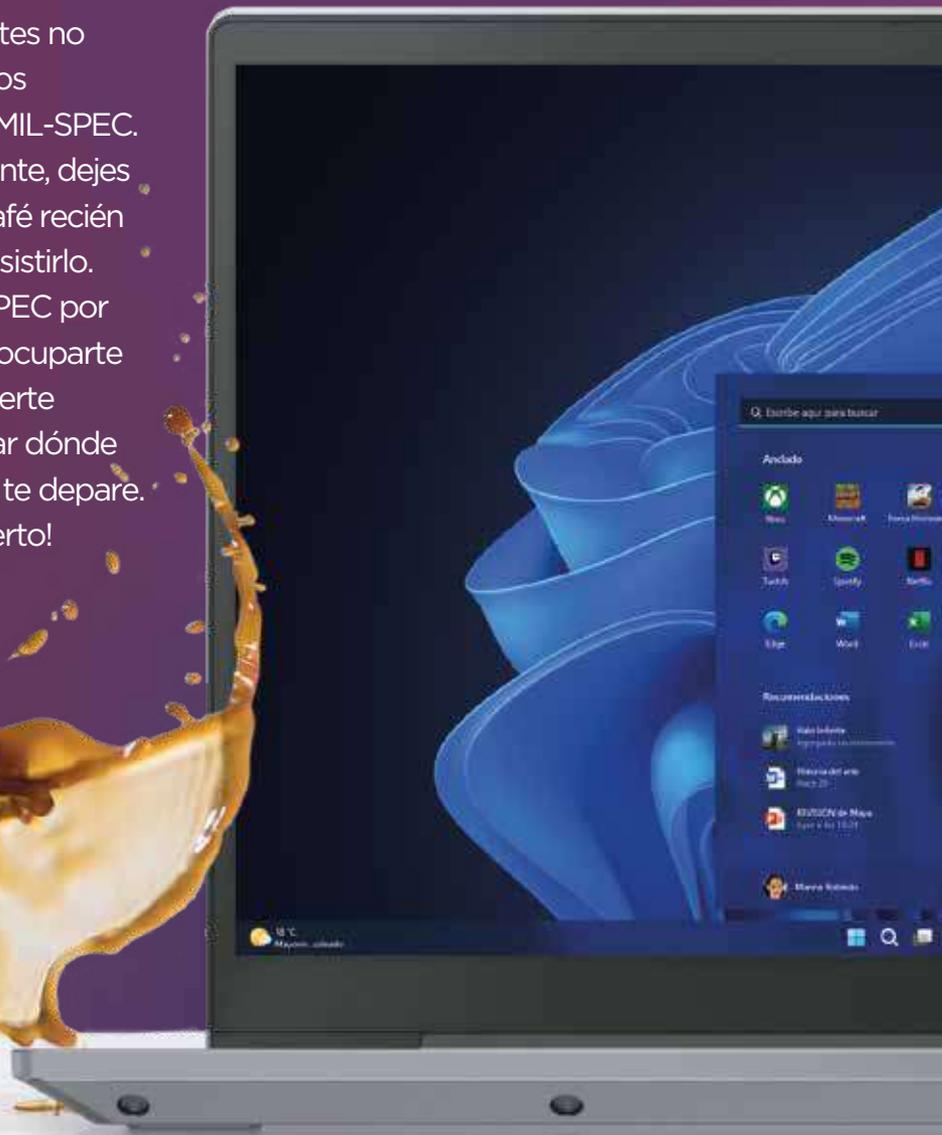
Lenovo

Pase lo que pase, los dispositivos ThinkBook están preparados

Los accidentes ocurren, al fin y al cabo, somos humanos. Pero ¿qué tal si esos accidentes no tuvieran consecuencias? Los dispositivos Lenovo ThinkBook tienen certificación MIL-SPEC. Esto significa que cuando, inevitablemente, dejes caer tu bolso o derrames una taza de café recién hecho, tu portátil está diseñado para resistirlo. Se someten a rigurosas pruebas MIL-SPEC por una razón: para que no tengas que preocuparte por tu dispositivo. Y así podrás mantenerte conectado y ser productivo sin importar dónde trabajes, enfrentándote a lo que la vida te depare. ¡Con un Lenovo ThinkBook, estás cubierto!

 Windows 11

Lenovo recomienda W11 Pro para empresa



 INCRAM[®]

 esprinet

 NOW

 TD SYNEX

GAFAM: el lobby que se impone a las autoridades



Manuel Navarro Ruiz
Director de BYTE TI

Lo que parecía que podría ser un paso adelante para que las denominadas Big Tech empezasen a costear parte de los costes de las infraestructuras de red parece que no se va a producir de momento. Las grandes operadoras llevan años insistiendo en que los GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) empiecen a pagar por utilizar las redes en las Telefónica, Deutsche Telekom o France Telecom entre otras han invertido ingentes cantidades de dinero en su desarrollo. Parece una petición de lo más normal, toda vez que entre todas ellas consumen alrededor del 80% de todo el tráfico que circula por la red y obtienen importantes beneficios por ello. Dicho de otro modo, es como si una empresa alquila un edificio y el inquilino no sólo no paga nada sino que además obtiene una rentabilidad permitiendo que otros usuarios utilicen la piscina, las zonas comunes o cualquiera de los elementos que componen el mismo. Y todo ello de forma legal. Tras la celebración del Mobile World Congress parecía que la UE era receptiva a las peticiones de las operadoras. La propia vicepresidenta del Gobierno, Nadia Calviño, compró las demandas de las telcos justificando su apoyo en que era necesario “garantizar la igualdad de condiciones y que los GAFAM contribuyeran al desarrollo y mantenimiento de la red contribuyendo con una parte justa”. La Unión Europea también parecía dispuesta a imponer un impuesto a estos gigantes tecnológicos.

Pero el lobby de las GAFAM es el más poderoso de todos los que operan en las instituciones comunitarias. Estas cinco empresas, todas ellas norteamericanas, gastan más en presionar que cualquier otro sector, incluyendo el farmacéutico, el financiero o el de los combustibles fósiles. Incluso Google, Meta y Amazon han llegado a ser acu-

sadas de engañar a los legisladores durante las negociaciones sobre la Ley de Mercados Digitales (DMA) y la Ley de Servicios Digitales (DSA), escondiéndose detrás de grupos de presión que supuestamente representan a pequeñas y medianas empresas a las que proporcionaban financiación e instrucciones a cambio de que presionaran a favor de sus intereses.

Todo parece indicar que el lobby de las GAFAM han empezado a ganar la batalla contra las operadoras. Tal y como ha asegurado Routers, 14 países europeos son partidarios de rechazar las propuestas de las empresas europeas en favor de las norteamericanas. Entre los países que apoyan a los Google y compañía se encuentran Alemania, Países Bajos, Irlanda, Austria o Bélgica. En contra, y apoyando a las operadoras se encuentran, además de España, Francia e Italia como países más importantes.

Las operadoras, y concretamente, Telefónica en nuestro país, han sido las responsables de que durante los años de pandemia, el país pudiera seguir operando. La clave está en que los servicios que tienen las operadoras son imprescindibles y sin ellos, los GAFAM ni siquiera existirían.

SUMARIO



TEMA DE PORTADA

El futuro del

smart working

42

N.º 316 • ÉPOCA IV

MKM PUBLICACIONES
Managing Director

Ignacio Sáez (nachosaez@mkm-pi.com)

BYTE TI
Director

Manuel Navarro (mnavarro@mkm-pi.com)

Redacción

Vanesa García (vgarcia@revistabyte.es)

Coordinador Técnico

Javier Palazon

Colaboradores

R. de Miguel, I. Pajuelo, O. González,
M. López, F. Jofre, A. Moreno, M. J. Recio,
J. J. Flechoso, D. Puente, A. Herranz, C.
Hernández.

Fotógrafos

P. Varela, E. Fidalgo

Ilustración de portada

Javier López Sáez

Diseño y maquetación

El Palíndromo Comunicación S.L.

WebMaster

NEXICA
www.nexica.es

REDACCIÓN

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

PUBLICIDAD

Directora comercial: Isabel Gallego
(igallego@mkm-pi.com)
Tel.: 91 632 38 27
Natalie Awe (nawe@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 de los artículos aparecidos en este número sin la autorización expresa por escrito del titular del Copyright. La cabecera de esta revista es Copyrightsfdsfscscsdagtdhgvakjbsdvckjbcasdcj-baskjbskdjbsdcbt 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.

JUNIO 2023
Printed in Spain



EDITA

Publicaciones Informáticas MKM

ACTUALIDAD

6



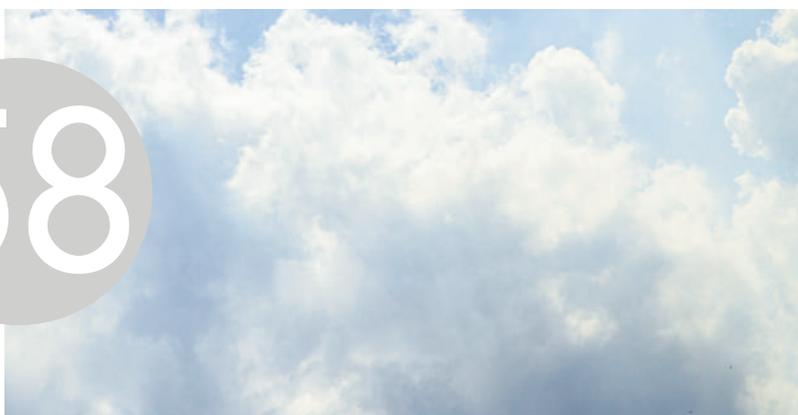
COMPARATIVA

32



TENDENCIAS

58



3 CARTA DEL DIRECTOR

6 ACTUALIDAD

20 WEBINARS y
ENCUENTROS BYTE TI

32 COMPARATIVA

42 TEMA DE PORTADA

52 MUJERES TIC

54 UN CIO EN 20
LÍNEAS

56 LEGALIDAD TIC

58 TENDENCIAS

64 ENTREVISTA

66 CIBERCOTIZANTE

Appian quiere una inteligencia artificial privada



Appian ha celebrado el pasado mes en la ciudad californiana de San Diego su evento Appian World. La Inteligencia Artificial ocupó buena parte del debate, aunque no en la forma en la que estamos acostumbrados.

La compañía es una de las firmas que más está llamando la atención en el mundo de las TI: lo que empezó siendo una empresa en el que el low-code era su razón de ser se está convirtiendo en una multinacional que, a fuerza de incrementar su presupuesto en I+D avanza en su portafolio de producto con todo tipo de soluciones, algunas de ellas, que marcarán el futuro en la digitalización de las empresas como son la automatización y la inteligencia artificial. La inteligencia artificial ocupó buena parte del discurso inaugural de Matt Calkins, CEO y fundador de Appian. Calkins es una de las mentes más brillantes en el mundo tecnológico, aunque no goza del mismo halo de “influencer” que otras estrellas más mediáticas. En todas las entrevistas o presentaciones se extrae alguna predicción, que casi siempre se cumple, pero que no acapara los titulares. A pesar de que el fundador de Appian ya lleva años hablando sobre inteligencia artificial, el momento hace que sus declara-

ciones cobren un mayor sentido. Y en este aspecto, señaló varias de las claves y retos a los que se van a enfrentar las empresas en la adopción de la IA. “El objetivo de Appian no es otro que incrementar la productividad de nuestros clientes y la IA va a suponer una gran ayuda en ello. Llevamos tiempo trabajando con inteligencia artificial y ésta se encuentra presente en cualquier proyecto, plataforma o solución de Appian”. El problema con la Inteligencia Artificial es que, desde la irrupción de ChatGPT, parece el elemento esencial sobre el que tiene que pivotar la estrategia empresarial. En muchas ocasiones, es el equipo directivo el que quiere abrazar la IA y lo quiere hacer desde ya mismo, sin entender lo que significa ni las inversiones que deben hacerse en torno a ella para que la empresa mejore su productividad. Por eso, Calkins apuesta por la simplicidad: “Creemos que la IA tiene que ser simple, que proporcione cosas de tal forma que el cliente lo entienda. Si el cliente no entiende la inteligencia generativa, no sirve y lo primero que



es necesario comprender es que la inteligencia artificial aparece porque existen datos y sin ellos, no existiría. Son los datos los que proporcionan el valor fundamental para que la IA funcione”.

UNA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PRIVADA

Uno de los retos que tienen que asumir fabricantes como Appian es la de instruir a los clientes sobre en qué les puede ayudar el uso de la inteligencia artificial en su negocio. Aunque no lo dijo de esta forma, si sobrevolaba en el escenario la idea de que las empresas empiezan a adoptar la inteligencia artificial sin ningún conocimiento y asumiendo riesgos bastante importantes. Uno de esos riesgos es que se estaban dando datos elevándolos a una especie de inteligencia artificial pública. Unos datos que Calkins cree que podrían ser empleados por otros competidores. Por eso aseguró que su visión “pasa por que la IA, al igual que los datos, debe ser privada. La inteligencia artificial debe pertenecer a una empresa o a un usuario. Si las empresas pierden los datos, pierden su control por lo que llevar los datos a una IA pública, no es lo más acertado”.

Por eso, la apuesta de Appian pasa claramente por ofrecer una IA privada. “Nosotros entrenamos los datos del clientes y esos datos no se escapan del control del cliente. De esta forma, los modelos de IA son únicos y son propiedad de la empresa. Nunca se comparten. Por eso, somos un gran aliado de las organizaciones en un momento como este porque proponemos, libertad. Libertad sobre los datos, sobre lo que quieres desarrollar...”, concluyó Calkins.

En este sentido, Appian ha presentado la última versión de su plataforma para la automatización de procesos. La nueva versión introduce AI Skill Designer, una forma low-code que permite construir, entrenar e implementar modelos personalizados de machine learning (ML). Esta versión también presenta mejoras en la automatización y la experiencia total, además de una gestión de datos más racionalizada a través de Appian Data Fabric.

La ventaja de la herramienta es que permite a los desarrolladores de todos los niveles poner en funcionamiento fácilmente la IA y automatizar tareas repetitivas, liberando su carga de trabajo y eliminando el riesgo de error humano en la clasificación y extracción de datos. El diseño low-code permite

a los desarrolladores incorporar rápidamente la IA para optimizar las funciones empresariales, al tiempo que aprovecha los servicios nativos de IA/ML de la plataforma Appian para proporcionar una integración de las capacidades de IA de forma automática.

DATA FABRIC, EL ÉXITO INESPERADO

Presentada el pasado año, Data Fabric ha supuesto la gran sorpresa para Appian. Sabían que tenían una excelente solución. Lo que no esperaban era que el impacto fuera a ser tan abrumador. Tal y como reconoció Miguel Ángel González, CEO de Appian en España, “Data Fabric no sólo ha acaparado el interés de aquellas organizaciones que eran clientes nuestro y que la han ido adoptando. Es que nos ha permitido que empresas de otros sectores muestren interés por la solución y se conviertan también en clientes nuestros”. El responsable de la compañía en nuestro país se muestra verdaderamente satisfecho de la evolución de la compañía. No es para menos si se tiene en cuenta que desde la Península también se lleva el negocio de la parte de Latinoamérica, donde la compañía está presente en nueve países diferentes y en los que el crecimiento de la propuesta de Appian es exponencial. De hecho, la división española es, ahora mismo, una de las que representa el mayor volumen de negocio. Tanto es así que el CEO, Matt Calkins aseguró que uno de los objetivos es que “Appian hable español”, lo que muestra la confianza que el equipo directivo muestra en la división española.

Visto el éxito, Data Fabric va a ser uno de los puntales de la organización. Y tal y como se pudo ver en el Appian World van a ir incorporando novedades cada poco tiempo. La gran ventaja que ofrece Appian Data Fabric es su capacidad para unir los datos de cualquier sistema en un único modelo de datos virtual, manteniendo los datos donde están, que es la auténtica obsesión del Appian: que el cliente sea siempre el único que controle sus propios datos. Las nuevas mejoras incorporadas en la solución están destinadas a reducir el tiempo y el esfuerzo necesarios para crear aplicaciones potentes.

LA OPINIÓN DE Fernando Jofre

Suspenso en cultura del dato

Se dice que, en nuestra economía digitalizada, el dato se ha convertido en el nuevo petróleo. En un activo que hay que saber gestionar para extraerle todo su valor. Pero según el tercer estudio de Incipy sobre Madurez AI & Data Driven de las empresas españolas recientemente publicado, tan sólo el 29% de nuestro tejido empresarial afirma que la cultura del dato está desplegada en toda la organización.

De hecho y aterrizando por áreas, las que más gestionan y usan los datos son la de Negocio (58%), Marketing (35%), Finanzas (34%) y Administración (24%), mientras que quienes menos los aprovechan son los de RRHH (con un 10%).

Cuando precisamente lo que más frena una cultura Data Driven es la propia cultura y las personas de las organizaciones, poco más de la mitad de nuestras empresas (un 52%) ha puesto en marcha planes estratégicos que incluyan esa transformación Data Driven. Solo el 26% dispone de un Data Lake y un 26% aún no cuenta con ninguna infraestructura de Business Intelligence.

Aun así... ¿Para que usamos los datos? El estudio muestra que la mayoría utiliza Business Intelligence, Big Data o Inteligencia Artificial para impulsar sus ventas (52%) y mejorar la atención al cliente (35%).

También se utilizan estas tecnologías para el diseño de productos o servicios (34%), análisis predictivos para la mejora de ingresos (33%), producción (21%), calidad (21%), RRHH (13%) y atención al empleado (12%). Está claro que nos centramos en las ventas e ingresos, pero no tanto en el análisis de costes y su optimización (20%). Si queremos ser más competitivos, hay una oportunidad significativa para que nuestras empresas adopten prácticas más avanzadas en la utilización de datos.



Huawei: aplicaciones, datos, resiliencia



El Innovative Data Infrastructure Forum de Huawei, ha dado pistoletazo de salida en Munich, bajo el lema: "New Apps, New Data & New Resilience". En esta primera jornada, se ha incidido en la necesidad de adoptar un ecosistema de aplicaciones emergentes, el manejo eficiente de los datos no estructurados y la mejora integral de la resiliencia.

Y es que, el almacenamiento de datos enfrenta grandes cambios: el 56 % de las empresas implementan aplicaciones de IA, mientras que el 96 % de las empresas planean crear aplicaciones nativas de la nube para hacer frente a las aplicaciones de datos en constante cambio.

NUEVAS APLICACIONES, NUEVOS DATOS Y NUEVA RESILIENCIA

El procesamiento paralelo de datos diversificados se ha

vuelto indispensable con la llegada de aplicaciones como el Big Data y la Inteligencia Artificial. Además, las aplicaciones nativas de la nube están ganando popularidad en los entornos empresariales. Por lo que, cómo respuesta a estos desafíos, se requerirá un almacenamiento de contenedores confiable y de alto rendimiento.

Además, a medida que los datos no estructurados utilizados para los sistemas de producción y toma de decisiones se vuelven cada vez más populares debido al acceso en tiempo real, es necesario mejorar significativamente el ancho de banda de lectura/escritura y la eficiencia del acceso de E/S del almacenamiento escalable.

Por otro lado, para satisfacer la necesidad de almacenamiento de datos no estructurados, las innovaciones en software, hardware y algoritmos serán cruciales para un almacenamiento más escalable.

La IA genera
emociones positivas (**solo**)
en el **66%** de los españoles*.

El otro **33%**
está esperando
a que tu empresa
sepa comunicárselo.



evercom[®]

Somos tu **agencia creativa de comunicación y marketing**
especializada en **B2B Tech**.

LA OPINIÓN DE Manuel López

Mundo 5.0

Hace casi dos años, publicaba en este mismo medio un artículo en el que abogaba por la necesidad del Renacimiento Humanista Digital del siglo XXI, hablando de la necesidad de poner al ser humano en el centro del desarrollo tecnológico y en especial de la IA.

Hoy en día esta necesidad es todavía mucho más importante. En la búsqueda de un futuro en el que la tecnología y la humanidad se complementen, surge la visión del "Mundo 5.0". Japón dio los primeros pasos con el lanzamiento del programa gubernamental "Sociedad 5.0" a través del cual pretendía conseguir que la tecnología y en especial los Robots estuvieran al servicio de la humanidad y no a la inversa.

Desconozco el estado de la iniciativa que en algunos foros se tildaba de bastante vaga y poco práctica. Pero lo importante es que al menos desde 2015 hay una sociedad preocupada por poner al ser humano como eje central de la tecnología.

Recientemente se ha lanzado un concepto Industria 5.0, quizás como evolución de la Industria 4.0 que se lanzó hace una década. Es probable que lo más relevante no es que sea una evolución, la quinta, sino que una de sus características principales es que pone al ser humano en el centro del desarrollo tecnológico, asumiendo que la tecnología no solo debe ser utilizada para mejorar la eficiencia de los procesos de producción, sino que también debe estar enfocada en mejorar la calidad de vida de las personas y en reducir el impacto ambiental de la producción industrial. Así, mientras que la industria 4.0 se enfoca en la automatización y digitalización de los procesos industriales, la Industria 5.0 se enfoca en integrar la tecnología con el ser humano y el medio ambiente, con el objetivo principal de utilizar la tecnología para mejorar la calidad de vida. El desarrollo exponencial que la IA está teniendo en los últimos tiempos, nos debe hacer pensar en ese Renacimiento Humanista Digital del que hablaba al principio y quizá este "Mundo 5.0" esté más cerca.



El DES mostrará las principales tendencias



Queda menos de un mes para que comience DES 2023 que por segundo año consecutivo tendrá lugar en Málaga. Se trata de uno de los encuentros internacionales más relevantes de todo el mundo para conocer cuáles son las principales tendencias tecnológicas. Del 13 al 15 de junio, DES2023 congregará a más de 16.000 CIOs, CMOs, CEOs, Chief Data Officers o Chief Purchasing Officers, entre otros perfiles de todo el mundo, que convertirán la ciudad en capital tecnológica de la innovación y reforzarán el posicionamiento de Málaga como hub de disrupción en el sur de Europa. Según señala Sandra Infante, directora de DES, "esta nueva edición de DES, impulsará la proyección de la ciudad en su cometido para ser referencia a nivel mundial como gran eje tecnológico. En este sentido, representantes de compañías tecnológicas globales acudirán a la cumbre para

descubrir las últimas tendencias en digitalización, con un claro protagonismo de la Inteligencia Artificial; conocer casos de éxito relacionados con la innovación y crear sinergias a fin de construir proyectos de futuro". Del 13 al 15 de junio, DES2023 congregará a más de 16.000 CIOs, CMOs, CEOs, Chief Data Officers o Chief Purchasing Officers. Bajo el eslogan "Next is Now", el evento contará con la participación de algunos de los grandes gurús del mundo tecnológico actual, que compartirán sus perspectivas sobre la evolución de las tecnologías exponenciales en el Digital Business World Congress, el mayor encuentro global sobre digitalización disruptiva que congregará a más de 450 expertos internacionales en más de 270 sesiones. Nombres de la talla de Vala Afshar, 'evangelista digital' de Salesforce; Shelly Palmer, Co-Founder de Metacademy y considerado como un "Top Voice in Technology" por LinkedIn o Nina Schick, experta en IA Generativa y asesora del presidente Biden.



Data-Aware Security.

Introducing the most robust,
integrated cloud security
platform available

Cloud Platform



skyhighsecurity.com

LA OPINIÓN DE Daniel Puente

Back to basics

Estamos en una espiral de innovación constante. Cada día descubrimos una nueva amenaza, una nueva aplicación o incluso un nuevo vector de ataque, pero si hay algo que ha vuelto a cobrar protagonismo es la seguridad OT. Y es que los entornos industriales siempre han sido objetivo de ataques, aunque podrían llegar a considerarse los grandes olvidados.

Hace años ya de Stuxnet, el primer gran ataque industrial que muchos recordaremos por la repercusión que pudo tener y por abrirnos los ojos a un nuevo objetivo que hasta ahora no teníamos en cuenta, los entornos industriales. Y es que la relevancia que supone el poder hacer saltar por los aires una central nuclear no es

baladí.

Pero volviendo al presente, son cada vez más los objetivos industriales que están sufriendo las consecuencias de los ciber criminales, desde famosas cerveceras a auténticos gigantes de la automoción. Esta realidad abre un nuevo escenario, y lógicamente, un nuevo nicho de mercado que no están tardando en ocupar muchos jugadores.

Por suerte, toda acción conlleva una reacción, y es muy gratificante ver como la industria no está dando la espalda a estos escenarios. Vemos como muchas empresas especialmente sensibles están adaptando sus estrategias e incluyendo como punto especialmente relevante la seguridad, desde empresas alimentarias, textiles, pasando por supuesto por las sanitarias y la especial sensibilidad que éstas llevan asociada. Y nunca debemos olvidar que estos cambios acaban recayendo en personas, obligando a algunas empresas a crear equipos específicos para seguridad OT e incluso algunas están desdoblando la figura del CISO, por un lado el responsable de la seguridad IT como lo veníamos conociendo, y por otro, el nuevo CISO de la parte OT. Otro claro ejemplo de lo camaleónica que es la seguridad y esa gran adaptación que tiene a las nuevas realidades.



El Fórum AUSAPE se acostumbra al éxito



AUSAPE se ha acostumbrado al éxito. Tras el Fórum del pasado año celebrado en Sevilla parecía difícil superar tanto la cantidad de asistentes y patrocinadores como las temáticas tratadas en las ponencias principales y en las sesiones paralelas. Los organizadores del Fórum AUSAPE 2023, liderados por Nacho Santillana, Vicepresidente y Vocal Grandes Eventos de la Asociación, eligieron además una sede insular como Palma de Mallorca, lo que ponía más dificultades para superar el reto. Y lo lograron.

Tal y como expuso durante la inauguración del evento el Presidente de la asociación, Joan Torres, "Fórum AUSAPE 2023 ha superado todas las expectativas. Más de 1.100 personas se han inscrito, se ha contado con el patrocinio de 71 firmas y alrededor de 350 empresas clientes diferentes estuvieron presentes en Palma de Mallorca. Eso significa que hay 3,5 clientes por cada partner".

El Fórum AUSAPE 2023 tuvo como lema principal "Persuasión tecnológica". Para ello la ponencia magistral que inauguró esta nueva edición del Fórum, titulada "Influencia invisible" contó con la presentación de Adolfo de Vicente y Fernando González en el que se dieron las claves del comportamiento de las personas. Tal y como se expuso la desmotivación es el motor de la conducta de tal forma que cuando alguien no hace una determinada tarea no es porque esté desmotivado, sino porque tiene otras motivaciones que le interesan más.

Manuel Navarro, director de Byte TI, fue el encargado de moderar la última mesa redonda del Fórum AUSAPE 2023 que contó con la participación de Alex Barange, Juan Antonio Piera y Mónica Utrera. Bajo el título "Visión ética, social y laboral de la persuasión tecnológica" se trató la problemática de las personas y cómo la tecnología está impactando de forma clara en la forma de actuar de las personas,

XXII TORNEO GOLF

byte 



22 DE JUNIO

Real Club de Golf la Herrería

PATROCINAN



Cuestionarse la nube



Por Fernando Fuentes
Director de Productos Cloud de Arsys

La migración de la infraestructura IT a cloud lleva siendo uno de los temas prioritarios en las agendas de los CIO desde hace más de una década. Todo este tiempo ha servido para disipar muchas de las dudas alrededor de la nube (seguridad, agilidad, fiabilidad, rendimiento...), pero no todas las experiencias han estado a la altura de las expectativas.

La realidad es que las organizaciones están dispuestas a externalizar bajo el modelo as a service la totalidad o parte de sus entornos IT... Pero también son conscientes de que hay servicios que es mejor no llevar a la nube, porque no pueden o porque no quieren. Así que la convivencia del cloud con el modelo on-premise se ha convertido en el día a día en la operativa de los sistemas. Híbrido y multicloud son los sabores del cloud para la inmensa mayoría de las organizaciones. Especialmente, para aquellas que necesitan avanzar más rápido en su digitalización

Eso no quiere decir que la nube pública no sea una alternativa válida. Lo es, pero no tiene por qué ser la opción óptima para todos los casos de uso. Muy especialmente en el entorno corporativo, habituado a lidiar con la complejidad de la gestión del dato, su activo más valioso. En la nube pública prevalece el modelo de adhesión, en el que la empresa tiene que realizar el esfuerzo de adaptarse al proveedor, consolidando y transformando los sistemas existentes. Fuentes del sector afirman que casi un tercio de las cargas de trabajo que se han desplazado del on-premise a la nube pública reconsideran hacer el camino inverso y volver a gestionarse en local.

En estas situaciones, lo habitual es que pensemos

que la nube nos ha defraudado o que, haciendo un ejercicio de autocritica, nos planteemos que no hemos realizado correctamente la migración. Si algo nos ha llevado a ese desengaño, no ha sido el modelo cloud en sí. Seguramente, lo que nos ha pasado es que hemos tenido que adaptar nuestro negocio a la nube, cuando es la nube la que tiene que adaptarse a nuestro negocio.

La solución es tan sencilla como entender cloud como un todo donde seamos capaces de trabajar con varios proveedores y seamos conscientes de que tenemos que poder personalizar nuestras infraestructuras al máximo y a la medida de nuestras necesidades. Casi tanto como si fuera una solución on-premise y con la que nuestra nube tendrá que convivir, casi seguro por decisión propia.

En la nube pública prevalece el modelo de adhesión, en el que la empresa tiene que realizar el esfuerzo de adaptarse al proveedor, consolidando y transformando los sistemas existentes.

Esto requiere tener un compañero de viaje adecuado que acompañe a la empresa en su camino a cloud. No solo que cuente con la capacidad tecnológica y humana para gestionar centros de datos (algo que damos por supuesto en cualquier proveedor), sino que también nos ayude a evaluar los requisitos de nuestro negocio, a planificar la migración, que nos ofrezca la posibilidad de elegir entre distintas tecnologías y plataformas, que nos garantice su interconexión con sistemas de terceros o propios y que nos facilite el cumplimiento normativo y la gobernanza del dato. Esto se traduce también en nubes públicas, pero también nubes privadas y soluciones IaaS a medida. Es decir, en poder contar con una nube a medida del negocio. Esa es la nube con la que no tendremos desengaños.

El etiquetado en retail ha cambiado para siempre por estas cinco razones



Por **Álvaro González**,

Key Account Manager. División Movilidad y Etiquetado de Brother

La pandemia planteó un reto logístico sin precedentes y cambió radicalmente los hábitos de consumo en todo el mundo. En especial, el mercado de retail tuvo que acelerar su transformación digital y la compra online se reveló como el salvavidas de la economía. Quienes antes se adaptaron pudieron capear mejor las nuevas exigencias y dificultades. En el caso de los retailers, la inversión en tecnología creció de forma exponencial. Para evaluar hasta dónde han llegado estos cambios, Brother ha realizado un estudio pormenorizado junto a la empresa de investigación de mercados Savanta que demuestra que dos de cada cinco retailers ya están invirtiendo en el uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial para automatizar muchas gestiones en los almacenes.

La explosión en la demanda de nuevos sistemas de etiquetado ha reafirmado la importancia que tiene para el cliente y el distribuidor disponer de un sistema claro, fiable y preciso a lo largo de todo el proceso de entrega de un pedido para garantizar su trazabilidad. Para las empresas, esto ha supuesto una mayor dependencia de las impresoras industriales de etiquetas en envíos, recepciones, inventario y gestión de activos, así como picking y empaquetado en almacén. Y también, para entornos de menor producción, las impresoras de etiquetas de sobremesa.

La investigación demuestra que hay cinco factores clave que hacen que las soluciones de impresión de etiquetas sean clave

para la supervivencia y el crecimiento del sector retail:

1. Mayor demanda de etiquetas. La pandemia ha acelerado la demanda de soluciones de etiquetado en el sector retail. La multiplicación de los pedidos online ha forzado a las empresas a adaptar sus procedimientos, digitalizar procesos y recurrir más que nunca a la impresión industrial de etiquetas para agilizar los envíos.

2. La omnicanalidad. El amplio abanico de opciones de recogida, entrega y devolución que los comercios ofrecen actualmente es otro factor que ha empujado a los empresarios a contar con un mejor sistema de etiquetado, para poder igualar las expectativas de los clientes y las facilidades que la competencia ofrece en todo el proceso de compra y devolución.

3. Más exigencias legales. Los constantes cambios en la regulación y los requerimientos del gobierno y los clientes obligan a las empresas a actualizar constantemente su trazabilidad y sus políticas, para cumplir con las diferentes normativas.

4. Mayor oferta de soluciones. La necesidad y el auge del etiquetado se ha traducido en el lanzamiento de soluciones para todos los bolsillos. En este sentido, Brother es una de las empresas que ha presentado novedades interesantes para modernizar los sistemas de etiquetado.

5. Más rapidez en las entregas. La velocidad es clave a la hora de elegir un comercio o Marketplace donde comprar. Más de dos tercios de los clientes aseguran que un envío rápido los lleva a realizar un pedido online (y para el 36 %, significa la recepción en el mismo día). Un etiquetado eficiente influye directamente en la disminución de tiempos de entrega, reduciendo los errores y los costes.

En un sector tan competitivo y sometido a tantos cambios como el retail, invertir en las soluciones de etiquetado idóneas puede representar una diferencia cualitativa fundamental. Brother es uno de los fabricantes con una mayor oferta para el sector retail: desde dispositivos portátiles hasta impresoras de sobremesa o industriales para grandes volúmenes de impresión, desde equipos ligeros a otros altamente robustos. Todos pensados para cualquier necesidad, independientemente del volumen de etiquetas.

Puedes obtener más información sobre cómo podemos ayudarte con soluciones para el sector retail, así como acceder al estudio completo y descargarlo gratis en www.brother.es

Intel® vPro® Enterprise



Cuando se trata de elegir la tecnología para las empresas de hoy, los responsables de tomar las decisiones en TI no sólo tienen que implementar de manera correcta el dispositivo adecuado para cada uno de los profesionales, sino que también deben proteger los datos que se crean y se almacenan en él. Los empleados necesitan trabajar de forma eficiente, sin importar su ubicación, y son los administradores de TI quienes deben tomar el control para gestionar los dispositivos, a la vez que cumplir con las políticas de seguridad.

Por eso, Compusof ha apostado por Intel® vPro® Enterprise, junto a los procesadores Intel Core de 13ª generación. De esta forma, el integrador quiere proporcionar a sus clientes, tanto de organizaciones privadas como públicas, una tecnología avanzada para asegurar y agilizar el trabajo de las fuerzas de trabajo híbridas. Un sistema que proporciona a los PC los beneficios que necesita toda empresa para fortalecer la seguridad de sus datos, facilitar un mayor control de la gestión de los dispositivos y mejorar la productividad.

MAYOR PROTECCIÓN ANTE EL INCREMENTO DE LAS CIBERAMENAZAS

Debido a la cifra de incidentes de ciberseguridad, la seguridad de los equipos es fundamental para conservar el valor y la reputación de una organización. Proteger los datos cada día es más preocupante. Sólo hay que resaltar que el 49% de las empresas aseguran que sufrieron una filtración de datos en los últimos dos años, mientras que esa cifra fue del 29% en

2021. De hecho, la ciberseguridad se ha convertido en una prioridad después de la pandemia, como así lo afirman un 85% de los responsables de TI.

Ante este reto, Compusof quiere hacer llegar a sus clientes la máxima protección. Con su seguridad integral multicapa, Intel® vPro® Enterprise para SO Windows protege los datos y las aplicaciones y detecta amenazas avanzadas para que las fuerzas de trabajo puedan funcionar eficazmente. Porque la continuidad empresarial se ha vuelto esencial, mantener los sistemas actualizados es clave. Sin importar lo dispersa que esté la fuerza laboral, sus características de administración remota mantienen los sistemas actualizados y protegidos para reducir las interrupciones de trabajo de los empleados. Además, sus características de estabilidad habilitan una administración del parque de dispositivos más fácil y simplificada.

OBJETIVO: CREAR UNA FUERZA LABORAL PRODUCTIVA

Invertir adecuadamente en TI es importante a la hora de crecer. Por eso, dos prioridades fundamentales de los responsables de la toma de decisiones TI son simplificar la administración de los dispositivos y modernizar los dispositivos. De esta forma los equipos de trabajo se ajustan a los cambios empresariales, ya sea dentro o fuera de las oficinas.

Gracias a Intel® vPro® Enterprise los empleados pueden disfrutar de un rendimiento inteligente adaptado a la empresa. El sistema permite trabajar hasta un 27% más rápido y un aumento de la capacidad de respuesta de hasta el 34%. Tal es así que Intel® vPro® se ha convertido en la base informática empresarial preferida por las organizaciones de todos los tamaños. Al aprovechar la potencia de los procesadores Intel® Core™, Intel® vPro® cuenta con una arquitectura revolucionaria y adaptativa que ofrece a todos los profesionales una experiencia eficaz y fluida, a la par que segura.

Compusof sabe que las herramientas integradas permiten mantener la productividad de los usuarios desde prácticamente cualquier lugar, algo que facilita al equipo de TI ampliar su alcance y sus capacidades a la hora de mantener la flota. Intel vPro® satisface las necesidades de las empresas modernas, independientemente de cómo evolucione la oficina.

Tu infraestructura de impresión: la puerta de entrada al espacio de trabajo digital



La digitalización es el punto de entrada a la gestión de documentos y flujos de trabajo digital. Los servicios de gestión y automatización de la impresión ayudan a respaldar el trabajo híbrido, permitir una mayor productividad y alcanzar los objetivos de sostenibilidad.

HAZ POSIBLE UNA TRANSICIÓN PERFECTA A FORMAS DE TRABAJO DIGITALES

El entorno de la oficina ha cambiado. Los modelos híbridos se han convertido en la nueva normalidad, con la modernización de las salas de reuniones y las oficinas tradicionales para permitir una colaboración efectiva. La digitalización brinda nuevas oportunidades para aumentar la eficiencia, la productividad y el intercambio de información. La tecnología ayuda a automatizar tareas repetitivas, flujos de trabajo complejos y procesos administrativos, liberando tiempo para la creatividad y el valor añadido. A medida que las organizaciones adoptan la digitalización, necesitan una infraestructura de impresión que respalde las nuevas formas de trabajar con una seguridad robusta que reduzca al mínimo el consumo de energía. Las formas de trabajo digitales y unos flujos de trabajo automatizados eliminan las barreras y permiten obtener mayores niveles de productividad, pero para ello se necesita la tecnología adecuada y un enfoque sostenible.

LAS ORGANIZACIONES DEBEN ALINEAR SU ESTRATEGIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO CON SUS AMBICIONES DIGITALES.

La digitalización se ha convertido en una oportunidad de optimizar la experiencia en el puesto de trabajo. En 2024, las empresas que ofrezcan a los empleados un acceso democratizado a la colaboración digital, automatización de procesos y herramientas similares lograrán un incremento del 20% en sus ingresos gracias a la mejora de la productividad. Para conseguirlo, se deben trabajar cuatro aspectos clave:

- Automatizar el procesamiento de documentos como el archivo y la facturación para reducir el trabajo manual y el riesgo a que se cometan errores humanos.
- Almacenar y acceder a los archivos de forma segura para cumplir con la normativa de protección de datos y evitar brechas de seguridad.
- Las capacidades de escaneo permiten a los empleados reducir el consumo de papel, eliminar el almacenamiento físico y pasarse fácilmente a formas de trabajo digitales.
- La migración a la nube elimina la necesidad de utilizar servidores de impresión in situ y permite imprimir, de una forma segura, desde cualquier dispositivo móvil.

TRABAJAMOS JUNTOS POR UN FUTURO SOSTENIBLE

En Ricoh dotamos de herramientas y soluciones digitales a las empresas para que sean más sostenibles. Independientemente de su tamaño, disponemos de soluciones eficientes desde el punto de vista energético, como la nueva serie de impresoras multifuncionales inteligentes IM C2010-6010, que generan flujos de trabajo digitales para ayudar a ahorrar recursos y a realizar la transición a procesos con menos uso de papel, impulsando las credenciales de sostenibilidad y ayudando a conseguir los objetivos ESG. Tecnología para liberar todo el potencial del puesto de trabajo digital, automatizar los procesos más tediosos y enfocarse a las tareas más creativas.

Virtual Cable impulsa la eficiencia y la calidad asistencial del sector sanitario



Hospitales, clínicas, residencias, centros de atención primaria, compañías de logística y transporte de atención médica... Son infraestructuras sanitarias críticas, donde la continuidad del servicio, los tiempos de respuesta, la privacidad de los datos y la monitorización son requerimientos esenciales para garantizar un servicio de calidad a los pacientes. Organizaciones de todo el mundo han hallado la manera de satisfacer todos ellos con una única herramienta: la solución para digitalizar los puestos de trabajo específica y personalizada para el sector de la Salud desarrollada por Virtual Cable, UDS Health.

Esta innovadora tecnología facilita el acceso seguro a los programas y aplicaciones que cada empleado necesita desde cualquier lugar y durante las 24 horas. Esto permite, entre otras cosas, que ante cualquier urgencia los facultativos puedan consultar los historiales de los pacientes. "Gracias a esta solución, garantizamos la mejor atención a los usuarios de nuestras residencias y centros de día, salvaguardando la confidencialidad de la información sensible y el compliance con las normativas actuales", explica Ibor Rodríguez, Director de Sistemas y Tecnología de Amavir.

La estabilidad y confiabilidad de la solución son otros aspectos clave para las organizaciones de este sector. "Cada vez que nuestro call center recibe una llamada, hay que localizar el vehículo sanitario más cercano o planificar la ruta más óptima. En las emergencias sanitarias, cada segundo cuenta y, por eso, la tecnología que permite que las personas encargadas de realizar este trabajo lo hagan con precisión y eficiencia no puede fallar", asegura David Jiménez, Responsable de Sistemas y Seguridad de Health Transportation Group.

UDS Health ha sido diseñada considerando las necesidades concretas de los profesionales de la Salud, con el objetivo de optimizar su experiencia de usuario independientemente de la gama o potencia del dispositivo que utilicen. Proporciona el máximo rendimiento con todo tipo de aplicaciones, incluso con las de alta demanda gráfica, como las empleadas para visualizar radiografías, escáneres o imágenes 3D. Ofrece acceso sencillo y centralizado a todas ellas, con la ventaja de poder crear una solución específica para cada usuario al mismo tiempo que se mantiene una consistencia en las versiones de todo el software que se utiliza en la organización. "Nuestra estrategia con UDS Health se basa en estandarizar los puestos de trabajo y en centralizar los datos y la gestión de la manera más segura posible", indican desde el Centro Público de Ayuda Social de Eupen, en Bélgica.

La gestión de un entorno heterogéneo y complejo como el sanitario, en el que los turnos de trabajo y los picos de demanda requieren una respuesta flexible y rápida para desplegar nuevos puestos de trabajo, pasa a ser una tarea simple gracias a la automatización y gestión centralizada desde una única consola de todas las tareas de administración, actualización y mantenimiento de los puestos de trabajo. El equipo TI puede crear fácilmente espacios de trabajo a medida de médicos, enfermeras, ATS, radiólogos... combinando la virtualización de escritorios y aplicaciones Windows y Linux con el acceso remoto a equipos Windows, Linux y macOS. Esto último es especialmente útil para poder hacer uso de software sanitario licenciado que únicamente está instalado en los ordenadores del centro.

Además de su eficiencia para poner en marcha nuevos puestos de usuario y habilitar el trabajo remoto, la solución de Virtual Cable incorpora funcionalidades avanzadas de gran ayuda para los equipos directivos. "Nos permite extraer datos de uso con facilidad para generar las estadísticas que demanda la gerencia del hospital para el control del teletrabajo", indica Gaspar Rico Falcó, Responsable del proyecto VDI del Hospital General Universitario Los Arcos del Mar Menor.

Basada en UDS Enterprise, la tecnología matriz de digital workplace de Virtual Cable, UDS Health mejora la atención a los pacientes, promueve la colaboración entre equipos médicos, garantiza la seguridad y el cumplimiento normativo en el manejo de datos sensibles.

Digital workspace: un entorno de trabajo colaborativo centrado en el usuario



Por Manel Peralta,
Product Strategy Director of
Tax, Accounting & Office
Management
Wolters Kluwer Tax &
Accounting España

Con la transformación digital, han ido cobrando relevancia nuevas formas de trabajar, nuevos sistemas de organización y nuevos modelos de relación y comunicación que, apoyados en tecnologías como el cloud computing, permiten a las empresas dar un salto cualitativo en la gestión de sus negocios. En este contexto, el digital workspace se ha convertido en una herramienta clave para las empresas que buscan mejorar su eficiencia y productividad, acompañándolas en la reorganización de sus procesos

de negocio y en la búsqueda de una ventaja competitiva. Debemos entender el workspace como un agregador de accesos; un punto de entrada único a todas las diferentes aplicaciones que el usuario necesita utilizar en su día a día mediante un único login con el objetivo de simplificar procesos y acompañarle en sus responsabilidades, evitando tener que recordar multitud de direcciones, usuarios y contraseñas.

UN HUB DE INFORMACIÓN

Disponer de un workspace significa que la empresa tiene a su alcance un hub de información en que el dato, gracias a la apificación de todas las soluciones, se puede gestionar y explotar de forma única, asegurando la responsabilidad sobre el mismo y manteniendo la integridad allí donde se necesita. Esta información agregada se puede explotar por parte de las empresas y les ayuda a tomar mejores decisiones de negocio. Precisamente, la integración con otras herramientas y aplicaciones de negocio a través de APIS permite que los usuarios puedan acceder a todo lo que necesitan en un solo lugar, lo que reduce la necesidad de cambiar entre diferentes aplicaciones y plataformas.

El workspace es, por otro lado, una solución diseñada con un enfoque centrado en el usuario: garantiza una experiencia de usuario (UX) fluida, intuitiva y personalizada, ya que cada uno tiene unas necesidades específicas en cuanto al acceso a la información y herramientas, y eso le permite ser más eficiente y eficaz.

Esta simplicidad en el acceso al ecosistema de soluciones está respaldada por múltiples factores de seguridad que permiten a la empresa configurar métodos de acceso seguro, de forma que exige a los usuarios que proporcionen dos o más pruebas para poder autorizar su acceso al sistema. Así, la seguridad y privacidad de los datos, elementos esenciales en cualquier contexto, adquieren mayor relevancia en un entorno colaborativo entre empresa y asesoría; de esta forma, resulta necesario poder establecer niveles de confidencialidad apropiados a cada usuario y empresa.

Hoy en día, las empresas, dinamizadas por la Administración tanto en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, contables y laborales como con el creciente apoyo en los avances tecnológicos, tienen una relación cada vez más rápida y frecuente con sus asesorías y despachos profesionales, por lo que incorporar un entorno de trabajo colaborativo que les permita trabajar juntos en tiempo real facilita la toma de decisiones y la generación de nuevas oportunidades.

ENTORNOS DE TRABAJO COLABORATIVOS

En Wolters Kluwer apostamos desde hace años por entornos de trabajo colaborativos que aporten innovación continua y permitan hacer crecer el negocio de empresas y despachos profesionales gracias a un workspace compartido que aumenta la autonomía, productividad y eficiencia de unos y otros.

Por todos estos motivos, el workspace se erige como un elemento que acompaña y ayuda a la empresa en su proceso de transformación digital, ya que permite a los usuarios empezar a familiarizarse en el uso de un entorno de trabajo colaborativo online y formarse y descubrir las aplicaciones cloud de forma progresiva.

Almacenamiento y gestión del dato



Las empresas acumulan cada vez una mayor cantidad de datos procedentes de diferentes fuentes. Con respecto a esto, la Nube ha permitido afrontar la balanza de información que tienen las empresas, pero gestionar de forma eficiente estos datos se ha convertido en uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan los CIOs y los departamentos de TI.

Por Vanesa García

Para hablar sobre esto y más, Byte TI ha organizado un encuentro con la presencia de: Julián Sanz, Especialista de Soluciones Cloud de ARSIS; David Rebollo, Storage Sales Specialist de Lenovo; José María Clemente, Presales Consultant de Omega Peripherals y Matías Sosa, Product Marketing Manager de VH Cloud.

RETOS DEL ALMACENAMIENTO

En este momento, la información aparece en las compañías en múltiples sitios: diferentes entornos, diferentes tipos de aplicaciones y diferentes situaciones que han salido del data center principal o de los data centers y han empezado a migrar. Para Julián Sanz, el principal reto al que se enfrenta el almacenamiento de datos es ser capaz de gestionar toda esa avalancha de información que en el pasado la tenían bastante controlada, “dado que el usuario tiene la capacidad de generar cantidades ingentes de información dentro de la organización, nosotros tenemos que ser capaces de gestionar después. Yo creo que aquí es donde está realmente la cuestión, más que a nivel tecnológico”. Por su parte, David Rebollo incide en que el almacenamiento sigue siendo una de las principales áreas de crecimiento dentro de lo que entendemos como tecnologías de la infraestructura, “Hablamos de un crecimiento imparable de los datos que estamos generando porque necesitamos de infraestructuras o nuevas estructuras capaces de soportar, capaces de almacenar y capaces de poder gestionar bien esa información para análisis y luego dar un valor estratégico a nuestra empresa. Necesitamos de mayor seguridad, de mayor protección de los datos... Y es que, el coste global de malware, se estima en más de 10 billones de dólares para dentro de dos años, con lo cual, son retos muy importantes y que hay que analizar bien”.

José María Clemente añade otro reto: el personal. “Es decir, todo esto que puede ser una gestión, también incluso gestión de costes, un crecimiento, una seguridad. Necesitamos personal que sea capaz de gestionar todo esto. Hemos hecho un cambio a on-premise, a de repente hacer un desborde de la nube. Todo esto requiere una gestión mucho mayor, y toda esa gestión todavía hace más difícil todos estos retos que se están comentando, los temas de la seguridad, de la gestión, de la automatización, del crecimiento... Entonces, quizás el mayor reto que tenemos que abordar en todo esto es

LOS PARTICIPANTES

cómo hacerlo, con qué gente hacerlo, con qué conocimiento y cómo avanzar en este aspecto”.

Siguiendo esta línea, Matías Sosa apunta hacia la escalabilidad, “el crecimiento actual es enorme, lo que nos ha obligado a poner sistemas de resiliencia, duplicar los datos, e incluir IA. Entonces, cómo una empresa puede escalar?, hay que tener en cuenta costes operativos, en todo caso costes a nivel, si utilizamos sistemas por ejemplo de file system; a nivel de capitalización, la integración y la compatibilidad... Así como la observación del dato a largo plazo, ya sea por temas estratégicos empresariales o incluso por motivos legales”.

CÓMO ESTABLECER UNA BUENA GESTIÓN DEL DATO

En la era digital actual, los datos se han convertido en uno de los recursos más valiosos y poderosos para las organizaciones de todos los tamaños y sectores. La capacidad de recopilar, almacenar y analizar datos de manera efectiva puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa. Sin embargo, la simple acumulación de datos no es suficiente. Para que la gestión del dato sea la correcta, se requiere de un enfoque estratégico y un conjunto de prácticas sólidas. En este contexto, surge la pregunta fundamental: ¿cómo se logra una gestión del dato adecuada?

En esta exploración, el Especialista de Soluciones Cloud de ARSIS explica que lo esencial es la protección del dato, pero también conocer la vida útil del mismo, es decir, “cada vez están apareciendo más herramientas para la vida útil del dato. Y es que, una vez que ha pasado esa vida útil, ¿qué vamos a hacer con él?: Lo vamos a almacenar...lo vamos a destruir... Este es el siguiente paso que muchas de las compañías están empezando a dar y a darse cuenta de que ese dato hay que protegerlo por un lado y por otro lado hay que ver qué vida útil va a tener y durante cuánto tiempo debe conservarlo”.

Bajo el punto de vista del Storage Sales Specialist de Lenovo, para realizar una correcta gestión del dato hay que fijarse en 4 pilares, “La aceleración, para maximizar el rendimiento de las aplicaciones con tecnologías on-flash; La simplicidad, es decir, la agilidad de los datos; La protección, que es la necesidad de herramientas para poder cifrar los datos y La optimización, mediante la integración de los propios Snapshots con los que el cliente puede realmente tomar las riendas de los datos y luego, por supuesto, utilizar funcionalidades de red de datos, capacidades de compresión, de duplicación y compactación”.

El Presales Consultant de Omega Peripherals destaca, al igual que sus compañeros, el crecimiento de datos que hemos tenido, “para poder hacer una correcta gestión del dato, primero tenemos que conocer lo que tenemos en casa. Es decir, aquí lo que necesitamos es hacer una visión, una auditoría inicial para ver qué tenemos y eso cómo lo sumamos al negocio. Pero luego hay otro tema: la protección. Al final, el dato es un valor y a pesar de que venimos de unos años en los cuales la informática se consideraba un gasto, hoy en día vemos que ese dato se puede monetizar, entonces hay que protegerlo. Entonces, las dos funciones principales son: conocer y luego actuar”.

Para el Product Marketing Manager de OVH Cloud hay que tener algo más en cuenta, y en este caso es, que en función del tipo de datos, del



Julián Sanz,
Especialista de Soluciones
Cloud de ARSYS



David Rebollo,
Storage Sales Specialist de
Lenovo

uso o de la frecuencia de consumo, se debe poder elegir la tecnología necesaria para hacerlo. “ En el momento en el que estamos seleccionando la tecnología, hay que tener pequeñas cosas en cuenta, que no son tan pequeñas. Por ejemplo, medidas de seguridad, donde aquí abarca muchas cosas, backups, ciberseguridad... Otra muy importante, el cumplimiento normativo, así como disponer de diferentes estrategias, por ejemplo, en lo que es la monitorización se refiere”.

TECNOLOGÍAS

En el entorno empresarial actual, la gestión efectiva de datos se ha convertido en una prioridad estratégica para muchas organizaciones. A medida que la

LOS PARTICIPANTES



José María Clemente,
Presales Consultant de
Omega Peripherals



Matías Sosa, Product
Marketing Manager de OVH
Cloud

cantidad y la complejidad de los datos continúan aumentando exponencialmente, las empresas se enfrentan al desafío de encontrar formas innovadoras de recopilar, almacenar, procesar y analizar esta información de manera eficiente y segura. Es en este contexto, emergen una serie de tecnologías avanzadas que desempeñan un papel fundamental en la gestión del dato. Sobre esto, Matías Sosa explica que toda tecnología es buena para el almacenamiento, dependiendo del tipo de dato, “hoy en día disponemos de bastantes protocolos. El cloud se ha convertido en un facilitador, sobre todo, al poder permitir una escalabilidad de datos totalmente ilimitada en muchas tecnologías concretas. Entonces, el desarrollo, por ejemplo, de aplicaciones es mucho más sencillo. No tengo que andar trabajando en diferentes silos. De hecho, en OVHcloud, proponemos soluciones de almacenamiento, por ejemplo, en plataformas como servicio, basándonos en estándares de

mercado, en estándares abiertos como pueden ser SES o SWIFT de OpenStack, que se pueda atacar directamente desde APIs, integrando estándares de mercado”. En palabras de José María Clemente, las tecnologías hay que adaptarlas a la necesidad de mercado, “lo que tenemos que poner sobre la balanza es el negocio del que estamos hablando. Hay que pensar que todo ese dato puede tener un valor. Quizás un valor dentro de su ciclo de vida puede ser más o menos importante, entonces, debemos dar una protección diferente a otro que a lo mejor puede tener el dato en tiempo real, pero es un dato más perecedero. Es necesario buscar un acorde entre fabricante y solución, dependiendo del negocio”.

Por su parte, David Rebollo incide en la necesidad de entender las nuevas tendencias que en el sector de almacenamiento tendremos para este año y los próximos, “en el sentido: de mayor resiliencia de las propias infraestructuras”.

Julián Sanz se suma a sus compañeros, y dice que su compañía dispone de diversas tecnologías adaptadas cada una al modelo de datos que nos va a llegar, “al final, si lo que vamos a estar protegiendo es una base de datos o lo que vamos a tener es un servicio de base de datos. Tenemos todo un paraguas de soluciones de almacenamiento en el cual cada una de ellas está pensada para un tipo de dato en concreto”.

LA NUBE Y EL PROBLEMA DE LA ESCALABILIDAD

La nube ha revolucionado la forma en que las empresas y las personas almacenan, procesan y acceden a sus datos e información. Sin embargo, junto con los muchos beneficios de la nube, también surgen desafíos importantes, y uno de ellos es la escalabilidad. Aquí es donde surge la duda de cuál es el entorno de nube más adecuado. Julián Sanz es tajante con este tema, la nube sí soluciona el problema de la escalabilidad, “nosotros tenemos petabytes de información en cada data center, en múltiples tecnologías, de tal manera que nos va a permitir adaptar cada una de las necesidades a ese tipo de tecnología.

Para los clientes y para la situación del mercado, lo que vamos a ver es que el cliente no tiene un límite de escalabilidad. Es decir, en el momento que requiere tanto espacio, lo va a encontrar disponible. Tenemos herramientas directamente que ya hacen la gestión de todo lo que es la capacidad de los sistemas”.

David Rebollo opina que cada vez hay más empresas que son conscientes de la importancia de tener sus datos en un sistema de almacenamiento de la nube, “nosotros desde Lenovo, podemos acompañar a los clientes en ese viaje a la nube. ¿Cómo? Pues dotando de producto a los mismos, en el propio data center o en espacios privados o compartidos”. Siguiendo el hilo anterior, José María Clemente opina que todas las nubes son buenas, “al final, todas las nubes acabarán especializándose y entonces el cliente tiene que tener herramientas para poder saber el dato, en qué ubicación puede ser más o menos interesante, en función de parámetros como son el servicio y el coste”.

EMPRESAS PARTICIPANTES

ARSYS

Con más de 25 años en el mercado de servicios IT, Arsys es un proveedor especializado en soluciones infraestructura cloud flexibles y personalizadas (cloud público, privado o híbrido, escritorios virtuales, backup y DRP...), que acompaña a las empresas en su transformación digital con las mejores garantías de disponibilidad, rendimiento y seguridad. Arsys ofrece distintas soluciones cloud de almacenamiento, flexibles y de alto rendimiento, sobre diferentes tecnologías y plataformas (NVMe, SDD, S3, BDaaS...) que se adaptan a las necesidades actuales y futuras de las empresas.

OVH CLOUD

OVHcloud es un proveedor mundial y líder europeo del cloud que gestiona 450 000 servidores en sus 34 datacenters ubicados en 4 continentes, dando servicio a 1,6 millones de clientes. Pionero en un cloud sostenible y de confianza, ofrece a sus clientes soluciones de última generación que combinan rendimiento, precios previsibles y una soberanía total de los datos. Su catálogo incluye soluciones de cómputo, almacenamiento y red en modo IaaS y PaaS, con cerca de 80 soluciones para impulsar el crecimiento de las empresas con total libertad. Sus soluciones de almacenamiento de datos se adaptan a todas las necesidades, desde el archivado de larga duración y los grandes sistemas de ficheros en red, hasta el almacenamiento de objetos para datos estáticos; diseñadas para una escalabilidad ilimitada bajo demanda, son accesibles a través de API y compatibles con S3, lo que favorece la migración y la interoperabilidad, a la vez que ofrecen los más altos estándares de seguridad y confidencialidad de los datos.

OMEGA PERIPHERALS

La transformación digital está haciendo crecer el almacenamiento y los sistemas a un ritmo cada vez mayor. Los servicios y aplicaciones también crecen, la cloud híbrida es un hecho, y la mezcla de aplicaciones nativas cloud con aplicaciones legacy, hacen cada vez más necesario una gestión de estos entornos cada vez más heterogéneos. A todo esto, hay que sumar la seguridad que tanta importancia está tomando en los últimos tiempos. Y el gran reto es disponer de personal técnico y preparado para abordar estos grandes desafíos. El personal cada vez escasea más y es necesario establecer alianzas y sinergias entre empresas. OMEGA PERIPHERALS como empresa especializada ofrece estos servicios a los clientes en esta transformación digital.

LENOVO

El enfoque de Lenovo en abordar las necesidades de gestión de datos de los clientes para mejorar la seguridad de los datos, la eficiencia, la confiabilidad y la tecnología de nube híbrida fue reconocido con hitos de liderazgo en la industria cuando Lenovo se convirtió en el número 1 en almacenamiento de menos de \$ 25 000 y el número 5 en el mercado de almacenamiento en general. Nuestro continuo crecimiento en el mercado de almacenamiento y nuestro primer lugar en almacenamiento de <\$25K demuestra que Lenovo continúa generando credibilidad y confianza en el mercado general. Desde nuestro comienzo con ofertas de almacenamiento en las bandas de precios de almacenamiento de IDC más bajas, somos el disruptor de abajo hacia arriba en el mercado de almacenamiento y seguimos ganando impulso a medida que ascendemos en la cadena de valor del almacenamiento y crecemos en las bandas de precios más altas. Por tanto, nuestra visión considera los datos como el activo más importante de una empresa, ofrecemos la capacidad de recopilar, proteger, almacenar, analizar y administrar datos como nuestro compromiso y proporcionamos la arquitectura de TI más confiable que abarca desde cliente-edge-red-cloud-inteligencia para ayudar a crear conocimientos que puedan transformar sus negocios.

Cuál es el estado de la digitalización en el sector retail



El sector retail lleva inmerso, desde hace años, en mejorar sus procesos de venta. El cambio fundamental en las tendencias del sector recaen en que ahora, el cliente ocupa el centro de esta estrategia. Por ello, fidelizarlo, anticiparse a sus necesidades y implementar plataformas de marketing digital son las prioridades esenciales.

Por Vanesa García

Y es que, nos encontramos ante un sector con una elevada competitividad entre las diferentes empresas que lo conforman, por lo que avanzar en estos procesos de digitalización les va a permitir atraer y fidelizar clientes.

Para analizar sus principales desafíos y tendencias, desde BYTE TI se ha organizado una webinar, en colaboración con Brother, que ha contado con la participación de David Moreno del Cerro, CTO de Grupo Tendam; Carlos Gutiérrez, CEO de Sprinter Sport y Álvaro González, Key Account Manager de Brother.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y BIG DATA EN EL SECTOR RETAIL

En la era digital en la que vivimos, el sector retail se enfrenta a un entorno empresarial cada vez más competitivo y en constante evolución. Para mantenerse a la vanguardia y satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores, las empresas de retail están recurriendo a la integración de dos tecnologías clave: la IA y el Big Data. Pero, ¿qué van a aportar al sector?

En palabras de Carlos Gutiérrez, CEO de Sprinter Sport, estas tecnologías pueden aportar un valor diferencial en muchos ámbitos, pero lo importante es saber aplicarlo, “además, debemos saber diferenciarlos de la competencia, sobre todo porque el retail, el time to market, es uno de los KPIs más buscados. En nuestro caso, hay un valor muy grande con temas de escalabilidad, por lo que tienes que empezar a pensar de maneras diferentes, ser disruptivo, y estas tecnologías que existen, que están más que probadas, son muy útiles”

A lo que añade que, estas tecnologías permiten sobre todo, acortar tiempos, “el acortar tiempos, yo diría que es uno de los valores, en nuestro caso, más obtenidos y ser un facilitador para el resto de la compañía, cuando está en crecimiento”.

Por su parte, David Moreno del Cerro, CTO de Grupo Tendam explica que su compañía lleva 6 años trabajando con modelos de Machine Learning y de analítica avanzada de datos, “contamos con

LOS PARTICIPANTES

mucha información de nuestros clientes, que eso, unido a la parte de Big Data, nos permite ir ingestado, a la vez que vamos bajando el tiempo con modelos predictivos”. “Nosotros hemos sido la segunda empresa de fashion en tener comercio electrónico en España. Y tenemos mucha experiencia en el mundo online. El mundo offline es diferente. La manera omnicanalidad y demás, llevaba al mundo de la tienda es complejo, porque la realidad de la tienda es diferente a la que tenemos desde servicios centrales o a la que podemos crear que tiene la tienda. La tecnología es diferente, las características son distintas. Entonces ahí, es cierto que todas estas nuevas tendencias las tenemos en el foco y creemos que van a ser muy importantes, sobre todo de cara a optimizar al máximo todos los recursos tecnológicos que tenemos y a facilitar la vida al dependiente, que pueda hacer más con menos”, sentencia.

Siguiendo la línea de sus compañeros, Álvaro González, Key Account Manager de Brother explica que el Big Data permite prever y anticipar lo que puede suceder en las cadenas de suministro, sobretodo a la hora del etiquetado, “nosotros somos expertos en etiquetado, y una de las grandes ventajas de analizar datos es mejorar o prever sistemas que no están siendo lo suficientemente operativos o productivos y mejorar dicha productividad. Pero, ¿cómo podemos aumentar la productividad con estas tecnologías?”, pues con diferentes accesorios que podemos implementar, hablamos siempre en este caso de hardware, para fomentar la productividad de los empleados. Hablamos por ejemplo de cortadores, de despegadores... y volviendo al tema del habitat, nosotros en la experiencia de proyectos presentes que hemos tenido, somos conscientes, o al menos así nos han transmitido, que el etiquetado es la base donde reposa los datos”.

PRINCIPALES DESAFÍOS DEL SECTOR

Las empresas de retail se enfrentan a una saturación del mercado, donde la presencia de tiendas físicas, comercio electrónico y marketplaces en línea ha aumentado drásticamente. Para destacar entre la multitud, las empresas deben encontrar formas de diferenciarse. Estas demandas cambiantes presentan una serie de desafíos significativos que las compañías de retail deben abordar para mantenerse relevantes y exitosas en el mercado.

Sobre esto, el CTO de Grupo Tendam explica que uno de los grandes retos a los que se enfrenta el sector es la gestión de talento, “se nos está exigiendo una velocidad muy alta a la hora de entregar soluciones de valor. Pero todas esas tecnologías y todos esos desarrollos no se hacen solos. Necesitamos gente que lo haga. Y hoy por hoy es muy complejo en muchos aspectos y muchas verticales. Cada día intentamos salvar el talento, pero con mucha dificultad. Por otra parte, un reto significativo es el legacy. Aunque estamos trabajando duramente para modernizarlo, todavía hay una gran parte de la operación que es legacy y que nos obliga a llevar dos velocidades”.

En opinión del Key Account Manager de Brother, uno de los grandes retos a los que se enfrentan es la reducción de errores y consecuentemente la reducción de evitar las pérdidas, “sobre esto, noso-



Álvaro González,
Key Account Manager de
Brother



David Moreno del Cerro,
CTO de Grupo Tendam



Carlos Gutiérrez,
CEO de Sprinter Sport

LOS PARTICIPANTES

tros entendemos que el personal de tienda tiene que estar atendiendo a la tienda, no tiene por qué estar pendiente de un hardware, de un periférico, de una impresora... Nosotros trabajamos con diferentes socios, con diferentes partners que nos permiten integrar diferentes soluciones para adaptarnos a las nuevas tendencias, Big Data, IoT... También tenemos soluciones propias, además sin coste. Entonces, ¿Cómo puedo evitar el tema de las horas extra? ¿Cómo puedo evitar que haya errores?: con un sistema de trazabilidad”.

Por su parte, el CEO de Sprinter Sport incide en los datos, “nosotros tenemos 5 pilares estratégicos dentro de DTI, uno de ellos es el data driven. Entonces, dentro de la estrategia, hemos añadido un pilar: ser muy disruptivos en la parte del data. Nuestra visión es que cualquier vendedor, cualquier empleado de Sprinter tiene que tener acceso al data de la manera más intuitiva y más fácil posible, desde una impresora móvil, hasta un terminal. Otro reto es el del talento. Yo creo que el sector de TI en general tenemos que afrontar esto y darle vueltas a ver cómo afrontamos uno de los mayores retos que tenemos todos, absolutamente, tanto proveedores como empresas”.

ATRAER Y RETENER AL CLIENTE

Con el aumento de la competencia y las cambiantes preferencias del consumidor, las empresas de retail se enfrentan al desafío de crear estrategias efectivas que les permitan no solo atraer nuevos clientes, sino también mantener una base sólida de clientes leales.

David Moreno del Cerro, afirman que en su compañía buscan que el cliente sienta que obtiene un servicio personalizado: “A una chica o un chico de 18 o 20 años, no le puedes enviar un SMS, cuando están más acostumbrados a una interacción directa a través de las redes sociales, o a través de un influencer... También escuchamos mucho a la tienda. La tienda para nosotros es un canal importante de feedback porque hemos aprendido, a base de mucho

error, que la realidad es muy diferente a lo que nosotros pensamos. Tenemos desplegadas tecnologías o plataformas un poco para interactuar, para que la tienda nos envíe cualquier tipo de información que pueda ser interesante y que nos permita también reaccionar rápido, porque es verdad que este mundo del retail es muy dinámico. Comentamos antes el Time to Market. Hay colecciones que duran literalmente semanas. Entonces, para nosotros lo importante es la escucha, la escucha activa hacia la tienda, el ver qué está pasando en el mundo en general, adaptarnos y tener una perspectiva conservadora en el sentido de siempre procurar que toda la gestión del dato, de la información que le acabamos de dar a nuestros clientes, esté en manos del cliente”.

Sabiendo esto, ¿cuáles serán las tendencias TIC que mayor impacto van a generar en el sector retail?. Álvaro González, recalca de nuevo la experiencia del cliente, “las tendencias que vemos en este punto son las formas de autopago, para mejorar la agilidad, es decir, que el cliente a la hora de pagar pase menos tiempo en tienda, y no sufra lo que es la quema de colas. Se debe ofrecer un cobro en movilidad dentro de la tienda, generar un recibo automático...Con esto, la estrella en cuanto a identificación automática es el RFID, el cual, no mejora solo la experiencia de cliente, sino también la de los propios trabajadores de la compañía”.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DATOS

La inteligencia artificial (IA) y el análisis de datos se han convertido en herramientas fundamentales para impulsar la transformación y el crecimiento en este sector. La combinación de la IA y el aprovechamiento de los datos ofrece a las empresas de retail la capacidad de obtener una visión profunda de sus clientes, mejorar la toma de decisiones estratégicas y proporcionar experiencias de compra personalizadas y satisfactorias.

En palabras de Carlos Gutiérrez, la gestión del dato es un must, y una necesidad para el resto, y es que como explica, “no puedes hacer IA sin el dato. Entonces, ¿cómo podemos gestionar lo que se nos viene?: lo que tenemos es difícil, pero lo que viene va a ser más difícil todavía. Lo principal es saber darle uso a esta IA de la forma adecuada en cada caso”.

David Moreno del Cerro coincide con su compañero y señala que al final, todo lo que tiene que ver con inteligencia es difícil, “esta va a ser una tendencia que va a depender mucho de esos datos y de cómo los gobernemos y de hasta qué punto nos podamos fiar de los sistemas de Machine Learning y de la ingesta de la información. Porque la confiabilidad en la IA hoy por hoy, al menos en la IA que sale en los periódicos, es bastante relativa. Para mí, otra tendencia es la automatización, en la medida en que nos ayuda a todos a reducir costes, y también con el talento, así como la sostenibilidad”.

Automatización de cuentas a pagar



Uno de los departamentos en los que más se está avanzando en los procesos de digitalización es el financiero. Entre sus tareas se encuentra la contabilidad con la gestión obligatoria que se hace de las facturas. Se trata en muchos casos de un proceso que aún hoy se hace de forma manual. Byte TI, en colaboración con Yooz, realizó un encuentro para ver cómo mejorar estos procesos.

Por Manuel Navarro

Muchas organizaciones intentan solucionar esta problemática con un soporte de gestión documental que, aunque es efectivo, implica una pérdida de productividad, ya que se tiene que dedicar muchas horas a introducir numerosos datos de forma manual. En la actualidad, ya se pueden automatizar todos los procesos de las cuentas a pagar, de tal forma que ofrecen las cuentas, como la solicitud de compra, la gestión de los recibos, la conciliación de la factura con el pedido o incluso la exportación de los asientos contables al ERP por lo que ya no es necesario tener a un empleado para que realice estas labores.

De esta forma, el departamento financiero puede dar un paso más en su camino hacia la digitalización y pueden destinar a sus empleados a labores mucho más valiosas para la organización. La automatización de los procesos de la digitalización de facturas ha ido un paso más allá y está pidiendo que numerosas organizaciones hayan ganado en productividad y hayan reducido los costes asociados.

Verónica Amaya, Sales Consultant de Yooz fue la encargada de diferenciar entre la automatización de las cuentas a pagar frente a un tradicional software de gestión documental. Tal y como expuso, “hay que establecer las diferencias entre una solución de gestión documental y una herramienta que ayude a gestionar los documentos de una manera automática. Una herramienta de gestión documental es un software que sirve para almacenar, para organizar documentos en forma de archivos electrónicos para una organización. Esta combinación de gestión de documentos y gestión de registro, digamos que es todo en uno. Este tipo de sistema funciona principalmente para archivar documentos que no van a sufrir algún cambio o que no van a ser alterados. El objetivo de estas herramientas de gestión electrónica de documentos es almacenar todo tipo de documentos. Su beneficio es que encontramos los documentos de manera digitalizada, que se pueden recopilar de manera fácil y que se pueden también organizar en una misma herramienta”.

A pesar de esa importante ventaja, estas soluciones también presentan una serie de dificultades.

des. Tal y como comentó Amaya, “su principal déficit es que hay necesidades específicas de ciertos departamentos que no cubren y vemos que únicamente sirven para almacenar. En el caso de un departamento financiero, una de sus carencias más importantes es que no permite la manipulación de las facturas, algo que sí se puede realizar con la automatización inteligente”.

Y es que, mientras una solución de gestión documental permite escanear, archivar, gestionar y guardar los archivos, una herramienta de automatización de facturas, que sea específicamente para el departamento financiero, va a permitir también escanear estas facturas, pero además logra tener una captura de las mismas facturas de manera automática. Además, también provee de un workflow de validación de facturas que puedan ser o que requieran ser validadas por algún director financiero, por algún otro departamento, algo que es imposible de hacer con una herramienta de gestión electrónica de documentos.

MÁS POSIBILIDADES

Las ventajas son numerosas y, como aseguró la portavoz de Yooz, “las herramientas de automatización combinan diferentes tecnologías para poder ofrecer, además de todo lo que realiza una herramienta de gestión documental, capturar de manera multicanal gracias a la flexibilidad de estas herramientas de automatización inteligente, que no solamente van a tener un OCR que va a permitir extraer esos datos de las facturas de manera automática, sino que también va a estar combinado con otra inteligencia artificial, por ejemplo, que va a poder trabajar en la lectura de estos datos y en la interpretación para poder extraer esta información, crear registros de la información y crear también los registros contables de manera automática. Con todo ello, se logran reducir los costes en las empresas gracias a que no es necesario estar introduciendo los datos de manera manual en el programa contable”.

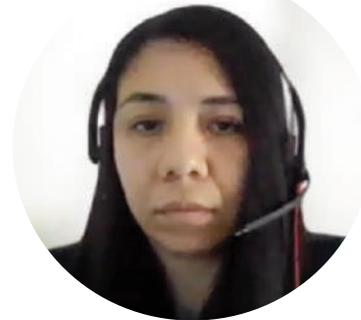
La propuesta de Yooz, que es 100% cloud, destaca además por su compatibilidad con otras herramientas de tal forma que los datos extraídos pueden ser empleados por el ERP que utilice la organización, con lo que el departamento financiero tiene toda la información que necesita en tiempo real.

CLAVES PARA ELEGIR LA MEJOR SOLUCIÓN

Según expuso Verónica Amaya, hay tres puntos claves a tener en cuenta a la hora de elegir una solución que cubra las necesidades de la empresa: “El primero de esos puntos es que sea una solución todo en uno que permita abarcar varios procesos. En el caso de Yooz, va desde la generación de órdenes de compra hasta el pago. Esto para asegurarnos de que se tenga un mayor alcance funcional y que facilite el uso de herramientas para no tener diferentes herramientas”

El segundo punto es que “exista realmente un alto nivel de automatización. Esto es fundamental para asegurar que realmente se está resolviendo un problema o una necesidad. Aquí, existen diferentes soluciones en el mercado que proponen automatización, pero existen diferentes niveles de automatización y lo importante aquí es

LOS PARTICIPANTES



Verónica Maya,
Sales Consultant de Yooz

asegurar que tenga un alto nivel de automatización para realmente tener una ganancia de tiempo y de eficiencia en los procesos internos”, afirmó Amaya.

Finalmente el tercer punto destacado por la portavoz de Yooz es que sea una solución plug and play, “es decir, que se integre de manera nativa con otras herramientas como el ERP contable para poder compartir los datos y que exista un intercambio de información entre estas herramientas.

Todos esos puntos son los que cumple la solución de Yooz que ya cuenta con más de 4000 clientes que representan unas 100 000 empresas, todas ellas distribuidas en más de 30 países. Actualmente ya se gestionan más de 20 millones de documentos por año en la plataforma. Yooz en España es una herramienta



que está homologada por la Agencia Tributaria, así que es un software que está autorizado para la digitalización certificada.

El objetivo de Yooz es ofrecer y poner a disposición tecnología potente que se combina entre sí para ofrecer a todas las empresas, sin importar tampoco su tamaño ni su sector, una solución eficaz, que sea económica, que no tenga ningún riesgo para automatizar precisamente el proceso de las cuentas a pagar.

Con la solución de Yooz se puede gestionar desde la creación de pedidos u órdenes de compra hasta la gestión de pagos. En medio de todo este proceso, se registran los datos de los documentos, la validación de facturas y gestión de pagos. Una vez que toda esta información se realice en Yooz, se envía esta información al ERP de la organización. Pero además, Yooz aparte de proporcionar la parte de generación de pedidos y la gestión de las facturas, también tiene una parte de gestión documental, de tal forma que puede funcionar como archivo legal para guardar información, guardar documentos y poder encontrar esos documentos y archivarlos también de una forma más eficiente.

PROBLEMAS HABITUALES

Uno de los problemas habituales de los departamentos financieros es la du-

AUTOMATIZACIÓN DE CUENTAS A PAGAR VS. SOFTWARE DE GESTIÓN DOCUMENTAL

ENCUENTROS byte[™] 20 años

- Verónica Maya
- Sales Consultant
- YOOZ

En colaboración con: **yooz**

plicidad de las facturas. En este caso la herramienta de Yooz es capaz de detectar esa duplicidad e incluso lanza alertas en el caso de que una factura tenga algún error.

Asimismo permite la validación de las mismas y el software no da por cerrada ninguna factura o ninguna nota de gastos hasta que no sea validada por el responsable encargado. Si el responsable detecta alguna anomalía puede trasladarla al emisor de la factura o consultar con un superior para que la valide, lo que permite tener una comunicación más fluida y más eficiente entre los procesos de cada una de las etapas de las empresas.

Yooz funciona por volumen de facturas o volumen de documentos a gestionar al mes, de tal forma que la empresa contrata el número de facturas que quiera gestionar y se factura cada mes, aunque no hay ningún límite en el número de facturas.

Happyscribe

Buy hours

Add credits to your account

How much do you need?

Use slider to adjust

1 25 50 75+

€12/hour €11/hour €9.6/hour

9% OFF 20% OFF

Total number of hours

1

Summary

Total

1 hour for €12

Purchase

Rated 4.8 - out of 5

Based on 850+ reviews. Tap to learn more and see all reviews

Need help?

You can click on the live chat, or contact us at hi@happyscribe.com

Happyscribe

Web: www.happyscribe.com



Valoración Global



Uno de los apartados en los que no se ha avanzado excesivamente rápido en la evolución tecnológica es el de las transcripciones de audio a texto. Algunas de ellas, como por ejemplo la que emplea Microsoft en su Microsoft 365 realizan la transcripción, pero necesitan demasiados retoques de texto para que sean entendibles, y en muchas ocasiones ni siquiera logra captar de forma eficiente lo que dicen las personas en el audio. Desconocemos si en inglés ocurre lo mismo, pero lo que es cierto es que no suponen un avance en la productividad, por cuanto hay que destinar demasiado tiempo en corregir y editar la transcripción. En algunos casos, según la velocidad de mecanografía que tenga un usuario, ni siquiera es necesario recurrir a este tipo de herramientas, pues el tiempo empleado en transcribir no compensa el que se tiene que emplear en la edición de un texto. La transcripción de textos es una tarea esencial en muchos sectores. Más allá del ámbito periodístico, suele ser ampliamente utilizada por los departamentos de marketing, por abogados cuando se entrevistan

con sus clientes y también por traductores y profesionales del vídeo y de la imagen que las necesitan para incorporar subtítulos a una película o un anuncio.

Happyscribe soluciona a la perfección el problema de la transcripción. En Byte TI la hemos probado para transcribir una entrevista de una media hora y un webinar informativo de algo más de una hora de duración. En ambos casos el resultado es excelente.

La solución tiene un funcionamiento muy sencillo: se carga el audio o el vídeo en la web y una vez cargado, la herramienta pregunta al usuario si quiere una transcripción automática o una traducción más profesional realizada por un humano. También ofrece una tercera opción, enfocada para poner subtítulos en un vídeo.

En nuestro caso, hemos optado por la opción de transcripción automática. La compañía informa que tiene una efectividad del 85%, mientras que la transcripción humana se sitúa en el 99%. Hemos de decir que la transcripción automática, en los dos audios que hemos probado, ha sido bastante superior a ese 85% y apenas hemos tenido que realizar cambios: frases bien construidas, con los signos de puntuación bien puestos y sin ninguna falta de ortografía. Tan sólo falló en algunos tecnicismos procedentes del inglés. La transcripción está lista para descargarse a los pocos minutos y a su vez queda almacenada en la nube para acceder a ella en el momento que el usuario lo solicite. La transcripción humana tarda alrededor de 24 horas en estar disponible. La empresa tiene un amplio abanico de precios, pero cada hora de transcripción se sitúa en los 12 euros o 0,20 céntimos el minuto. La transcripción humana se sitúa en los 2 euros el minuto, por lo que una hora de transcripción profesional se sitúa en los 120 euros. Se pueden comprar además paquetes de horas a precio más reducido.

Forma parte de la comunidad ByTIC

Comunidad de innovación y tecnología
exclusiva para la Administración Pública

- ✓ Encuentros VIP presenciales de **estrategia** tecnológica con **Líderes y Consultoras TIC**
 - ✓ Encuentros VIP presenciales de **mejores prácticas de empresa privada** para el Sector Público
 - ✓ **Sesiones informativas** on line sobre el estado de la inversión TIC en España
 - ✓ **Plataforma de innovación**
Encuesta + Informe + Evento presentación + 4 meses de Innovación con ITDM's al año
 - ✓ **Barómetro del talento digital**
Entrevistas + Informe + Evento presentación + 4 meses de Innovación con ITDM's al año
 - ✓ Sesiones informativas on line de buenas prácticas de Organismos Públicos para Organismos Públicos (Representante de comité + ByTIC + organismo)
 - ✓ **Boletín personalizado** mensual ByTIC
 - ✓ Acceso personalizado a plataforma **Adjudicacionestic.com**
 - ✓ Invitación evento anual **PREMIOS a la INNOVACIÓN TIC** en Sector Público
 - ✓ Invitación a **eventos TIC** organizados por BYTIC
 - ✓ **Formación TIC** condiciones preferentes
 - ✓ Invitación a encuentros anuales de **golf y pádel** ByTIC Media
 - ✓ **Suscripción gratuita a Revista Byte TI**
- ✈ **Exclusivo** para responsables de **Administración Pública**

Proveedores Cloud

Cada vez son más las organizaciones que migran sus servicios a la nube. Ahora bien, dependiendo de sus necesidades, deben elegir un proveedor cloud en particular dado que no todos ofrecen las mismas prestaciones. El objetivo de esta comparativa es proporcionar una radiografía que refleje parte de la oferta disponible en estos instantes.

El primero de estos proveedores es Adobe, que participa con Experience Platform, un sistema abierto y flexible para crear y administrar soluciones completas que mejoren la experiencia de los clientes. Le sigue Arsys con Cloud Connect, que engloba un conjunto de soluciones que salvaguardan los datos y para ello se apoya en la tecnología de la empresa Veeam. La seguridad es también el eje alrededor del cual se articula el servicio Cisco Umbrella que unifica, entre otros, firewall, seguridad de capa DNS y pasarela web segura. Por su parte, Cloud Satellite es una solución que distribuye IBM dirigida a equipos de distinto tamaño que brinda una experiencia integrada y ayuda a crear un entorno híbrido. En esta selección no podía faltar la nube de Microsoft, Azure, para crear, implementar y administrar aplicaciones a través de la red global de centros de datos de la compañía. Tampoco Oracle, que de la mano de Cloud Infrastructure, sugiere una completa plataforma de infraestructura en la nube que incluye servicios como Fusion Cloud y Cloud Lift Services.

La séptima propuesta es OVHcloud Storage, cuyas soluciones de almacenamiento como servicio están basadas en tecnologías estándar como Ceph o OpenStack Swift, son accesibles a través de API y compatibles con Amazon S3. Mientras, el servicio Sarenet Soluciones Cloud destaca por su enfoque personalizado y un soporte técnico que tiene el respaldo de una red de centros de datos repartidos en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. Finalmente, se encuentran SAP S/4HANA Cloud (una solución ERP disponible en una cloud pública y privada) y Wolters Kluwer Tax & Accounting a3innuva, una suite de soluciones online que incluye un software para nóminas, contabilidad y ERP.





Adobe Experience Platform

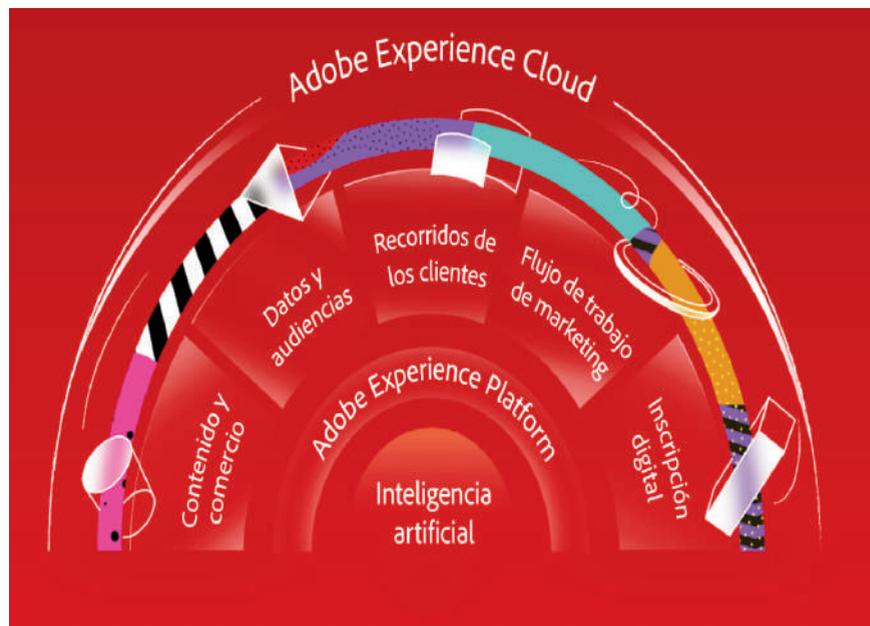


Sus servicios potencian flujos de trabajo por lotes y en tiempo real en varias aplicaciones y canales con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia.

Bajo el nombre de 'Adobe Experience Cloud' la conocida empresa de software estadounidense propone un conjunto de soluciones de gestión empresarial y marketing para empresas. Dentro de este destaca Experience Platform, su base de datos centralizada que recopila, estandariza y aplica la información de la Inteligencia Artificial: lo hace unificando los datos para proporcionar precisamente a los clientes la mejor experiencia dentro del entorno Experience Cloud.

Como base de datos centralizada y conectada, Experience Platform también posibilita la personalización a gran escala gracias a una tecnología que optimiza la recopilación y la gestión de los datos del cliente. Adobe ha desarrollado, a este respecto, tres aplicaciones que centran sus objetivos en los siguientes aspectos: la información, la interacción, la creación y activación de audiencia, el análisis del recorrido del cliente omnicanal y la optimización de este recorrido.

La primera de estas aplicaciones es Adobe Real-Time CDP. Lo que hace es recopilar datos-tanto Business-to-Business como Business-to-Consumer- de todos los sistemas para unificarlos en perfiles en tiempo real y que las organizaciones creen audiencias listas para su activación en cualquier canal. Por su parte, Adobe Customer Journey Analytics, la segunda de estas aplicaciones, es una solución de análisis de clientes multicanal que ayuda a entender el recorrido que estos clientes realizan (no solo a nivel online sino offline) para proporcionar a los equipos de las empresas la infor-



mación que necesitan para proporcionarles experiencias en tiempo real en función de sus necesidades. La última aplicación es Adobe Journey Optimizer: se emplea, entre otras tareas, para gestionar campañas omnicanal programadas, optimizando todo ese recorrido con información y 'decisiones inteligentes'.

En cuanto a su funcionamiento, Adobe Experience Platform optimiza la recopilación de los datos para crear, por un lado, una base de datos primarios y, por otro, disminuir las dependencias de cookies de terceros. Mientras, y en lo referente a las labores de gestión, incorpora datos que proceden de diversas fuentes con el objetivo de lograr un análisis e interacción con el cliente que resulte eficaz. ¿Qué sucede con las tareas de unificación? En este ca-

so, Experience Platform crea perfiles de cliente en tiempo real a partir de los datos disponibles en todos los canales (no solo de Adobe) para brindar experiencias personalizadas. En cada proceso, se aplica un conjunto de prestaciones de seguridad mejoradas para garantizar la protección de los datos, pudiendo utilizar soluciones preconfiguradas para cumplir las normativas.

Adobe

Web:

business.adobe.com/es

Precio:

consultar

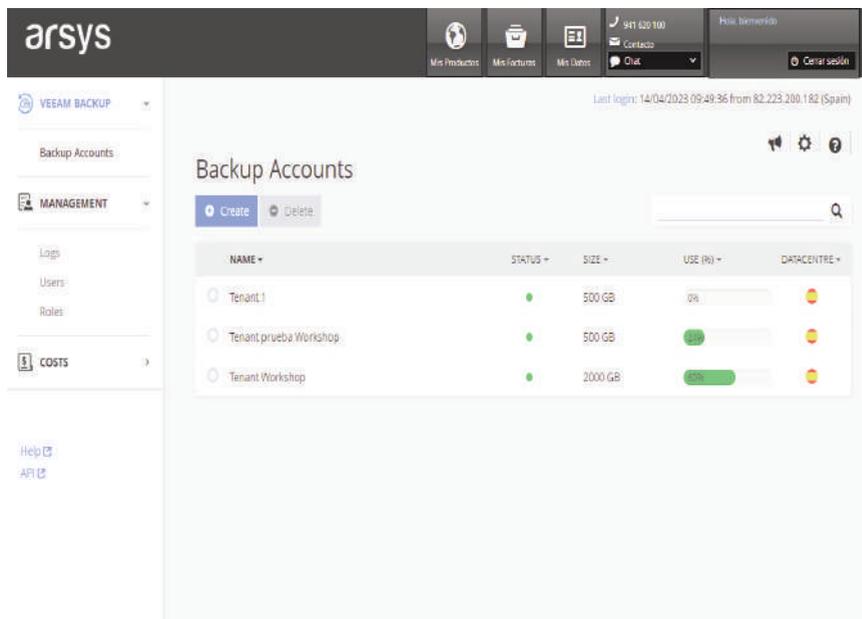
Arsys Cloud Connect



Se trata de una completa gama de soluciones cloud de backup y continuidad de negocio basada en la tecnología de Veeam.

Ante el incremento en número y complejidad de las amenazas a la seguridad de los entornos IT, salvaguardar los datos de negocio es la última barrera para garantizar la continuidad de las organizaciones. Una de las formas para que así sea es seguir la regla '3-2-1': tres copias de los datos, dos en soportes distintos y una localizada en un lugar físico diferente al principal. Por su seguridad y disponibilidad, la nube se ha convertido en la opción idónea para realizar esa externalización a través de los centros de los proveedores. En este escenario, y dentro de la cartera cloud de Arsys para empresas, Cloud Connect ofrece un completo conjunto de soluciones para salvaguardar este dato, apoyándose en la tecnología de Veeam.

Comercializadas a través de implantaciones a medida y con características tan demandadas como el repositorio inmutable o la aceleración WAN, estas soluciones están disponibles en tres servicios distintos para así adaptarse a las necesidades de cada empresa. En primer lugar, se encuentra Cloud Connect Backup, que se dirige a aquellas compañías que ya utilizan Veeam y quieren alojar copias de seguridad de sus entornos IT en un centro de datos externo que garantice su seguridad. Por su parte, M365 Backup (el segundo de los servicios) cuenta con estas mismas funcionalidades para salvaguardar exclusivamente los datos de la plataforma de productividad Microsoft Office 365.



En último lugar, y para las organizaciones que quieran dar un paso más y tener la posibilidad de recuperar los sistemas y datos y volver a estar operativas rápidamente, por muy grave que sea el incidente, Cloud Connect Replication incorpora todas las características que se le pueden exigir a un plan de Recuperación ante Desastres como Servicio (DRaaS).

Todas estas soluciones combinan la fiabilidad y facilidad de uso del software de Veeam con el rendimiento y la seguridad de las infraestructuras cloud de Arsys, además de distintos niveles de soporte técnico. Sólo se factura por capacidad de almacenamiento y número de servidores, sin costes ocultos, ni de transferencia ni de permanencia.

Las copias de seguridad se alojan en los centros de datos que Arsys posee en España, garantizando el cumplimiento normativo de punto a punto y facilitando la gobernanza del dato para las empresas españolas, y que están avalados por las más exigentes certificaciones del sector: TIER III, ENS, ISO 27001, ISO 50001, ISO 14001, ISO 9001, etc.

Arsys

Tel: 941 620 100

Web: empresas.arsys.es

Precio:
a consultar

Cisco Umbrella

Este servicio de seguridad cuenta con el respaldo de Cisco Talos, un equipo privado de inteligencia frente a amenazas formado por más de 400 investigadores.

Umbrella es un servicio de seguridad multifunción cloud nativo y pilar troncal de la arquitectura SASE (Secure Access Service Edge) de Cisco. En concreto, unifica firewall, pasarela web segura, seguridad de capa DNS, agente de seguridad de acceso a la nube (CASB) y soluciones de inteligencia frente a amenazas en un mismo servicio en la nube para ayudar a empresas de todos los tamaños a proteger su red.

Aprovechando la información de Cisco Talos -un equipo privado de inteligencia frente a amenazas con más de 400 investigadores-, Umbrella descubre y bloquea el malware y un amplio espectro de dominios maliciosos. Además, refuerza la seguridad en la capa DNS y bloquea las solicitudes de malware, ransomware, phishing y botnets incluso antes de que se establezca una conexión, es decir, antes de que lleguen a la red o los terminales.

Por su parte, y mientras que la pasarela web segura registra e inspecciona todo el tráfico web para una mayor transparencia, control y protección, el cortafuegos en la nube registra y bloquea el tráfico mediante reglas de IP, puerto y protocolo para una aplicación coherente en todo el entorno. Entrando en detalle, el servicio de seguridad de Cisco categoriza y conserva toda la actividad de Internet para simplificar el proceso de investigación y reducir los tiempos de respuesta frente a incidentes. Además, al utilizar la consola Umbrella Investigate y la API de enriquecimiento bajo demanda, las or-



ganizaciones tienen acceso a información histórica y contextual para priorizar estos incidentes.

Todas las suscripciones de Umbrella incluyen la plataforma Cisco SecureX. Con ella, lo que se consigue es acelerar la investigación y la remediación de amenazas unificando la inteligencia de Umbrella con otras soluciones de seguridad de Cisco y con el resto de la infraestructura de cada organización. Las acciones de respuesta automatizadas simplifican la seguridad al eliminar las tareas manuales y detener los ataques en una fase más temprana del proceso.

En otro orden de cosas, y gracias al enrutamiento Anycast, cualquiera de los más de 35 centros de datos de todo el mundo se encuentran dispo-

nibles utilizando la misma dirección IP. Como resultado, las solicitudes se envían al centro más cercano y rápido, y la conmutación por error es automática. Umbrella colabora con más de 1.000 de los principales proveedores de servicios de Internet, redes de distribución de contenidos y plataformas SaaS para garantizar la ruta más rápida para dichas solicitudes.

Cisco

Web:

www.cisco.es

Precio:

A consultar

IBM Cloud Satellite

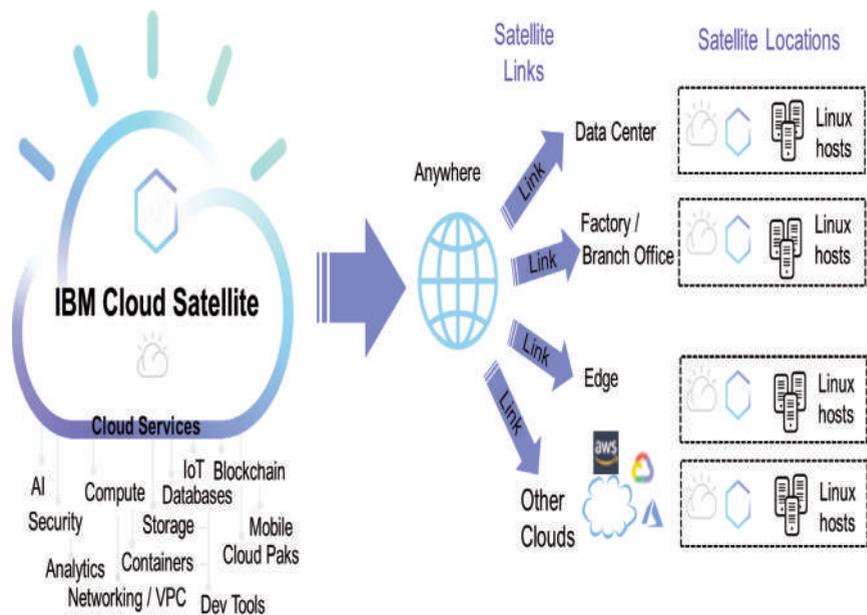
Combina una plataforma como servicio con la infraestructura como servicio para proporcionar una experiencia integrada.

IBM Cloud Satellite es la solución de cloud distribuida de IBM que ayuda a crear un entorno híbrido, utilizando tanto infraestructura on premise como en la nube, y que además aporta la escalabilidad y flexibilidad necesarias de los servicios de nube pública a las aplicaciones y datos que se ejecutan en la nube privada segura.

Dentro de este contexto, permite ejecutar las cargas de trabajo en la ubicación que prefiera el cliente (ya sea en su propia infraestructura, en la infraestructura de un tercero o en otra nube pública) para facilitar el cumplimiento de los requisitos legales, los estándares de conformidad, las velocidades de datos y los requisitos de latencia de red.

Ofrece para ello opciones flexibles de infraestructura, pudiendo utilizar las de Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud o el hardware en local, o realizando la compra a IBM o socios de este. Proporciona, asimismo, un catálogo de servicios y software en constante crecimiento, prestando servicios cloud basados en API a todas las ubicaciones, operados como servicio por IBM. Con un único panel de control para centralizar las tareas de observabilidad y gestión, la seguridad cobra protagonismo, lo que posibilita ampliar las políticas de acceso, el registro, la supervisión y otros controles a las diferentes ubicaciones.

En cuanto a su funcionamiento, es posible utilizar una única API para



crear una ubicación de IBM Cloud Satellite y, a continuación, añadir máquinas host desde cualquier cloud, desde el centro de datos en local o desde el borde. Así, los usuarios pueden consumir los servicios de IBM Cloud Satellite en cualquier lugar que necesite y desplegar, gestionar y controlar de forma coherente las cargas de trabajo en estos entornos. Mientras tanto, y para gestionar las aplicaciones, la solución proporciona una vista global de estas y brinda control sobre la configuración y el despliegue de las mismas. A través de un único panel de control, se puede gestionar el despliegue de recursos de Kubernetes en entornos en local, cloud y periféricos para obtener visibilidad global sobre aplicaciones

y operaciones. En la gestión del tráfico de red, es posible controlar y auditar el tráfico de red y el flujo de comunicaciones entre las ubicaciones con un enlace de IBM Cloud Satellite Link integrado. También se pueden utilizar los servicios de supervisión y registro de IBM Cloud Satellite para consolidar los registros, las métricas y las alertas.

IBM

Tel: 91 397 66 11

Web: www.ibm.es

Precio:

A consultar

Wolters Kluwer a3innuva

Optimiza los procesos de trabajo, y permite trabajar en un entorno cloud actualizado en tiempo real y seguro para el almacenamiento e intercambio de información.

a3innuva es una suite de soluciones online (contabilidad, facturación, nóminas y recursos humanos) que pone el foco en los siguientes objetivos: productividad, eficiencia, seguridad del dato, actualización normativa, accesibilidad y automatización.

Fomenta, asimismo, el trabajo colaborativo al promover la comunicación entre asesoría y empresa, porque es posible compartir e intercambiar información y recursos, facilitando así el acceso a los datos por ambas partes y evitando esperas, pérdidas o desplazamientos. Por otro lado, y en función de las necesidades de cada negocio, las soluciones de a3innuva pueden crecer gracias a su integración con aplicaciones de terceros a través de APIS disponibles en el a3Marketplace de Wolters Kluwer.

Una de estas soluciones disponibles es 'Nómina', que no solo se usa para el cálculo de nóminas, sirve también para realizar gestiones con la administración (presentación directa a TGSS y SEPE). Siempre adaptada a los cambios legales y con un servicio de notificaciones para evitar errores de cálculo derivados de dichos cambios, los datos de las nóminas se almacenan en servidores encriptados y securizados, lo que garantiza su control. Además, a3innuva Nómina facilita la gestión laboral y la conectividad de todos los trabajadores con diferentes perfiles de usuario y total trazabilidad; ahorra tiempo y costes mediante la automatización de tareas y procesos masivos; y reduce costes al agilizar procesos y contar con mayor cantidad de información para contro-

lar los gastos de la organización. Mientras, su integración con a3innuva Cuadro de mando permite el acceso a los principales indicadores del área de Recursos Humanos para el análisis multidimensional y comparativo de varios ejercicios, así como la gestión de toda la información de la empresa para una eficaz toma de decisiones.

Por su parte, a3innuva Contabilidad es una solución de contabilidad en la nube para la consulta de información contable en tiempo real y desde cualquier lugar, además de facilitar la gestión con diferentes funcionalidades: informes actualizados en tiempo real exportables a Excel y PDF, automatización de la gestión contable (entrada de facturas, generación de asientos y cierre de ejerci-

cios), mejora de la calidad de servicio con los clientes al contar con un entorno de trabajo colaborativo en tiempo real...

Finalmente, a3innuva ERP es el software de facturación y contabilidad online para autónomos y micropymes que automatiza la facturación y gestiona presupuestos, facturas de compra-venta, y cobros y pagos, entre otras tareas.



Wolters Kluwer

Tel: 900 11 11 66

Web:

www.wolterskluwer.com

Precio: consultar

Oracle Cloud Infrastructure

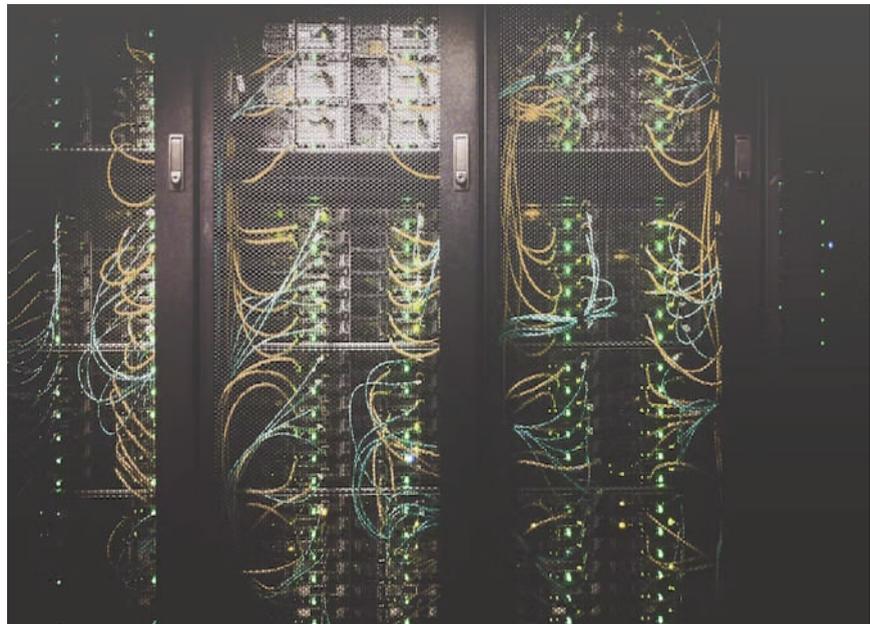
Basada en tecnologías autónomas, la propuesta de Oracle proporciona diferentes modalidades de despliegue

La multinacional norteamericana participa en esta comparativa de la mano de Oracle Cloud Infrastructure (OCI), una plataforma completa de infraestructura en la nube para cada carga de trabajo. A este respecto, el marco de adopción de la nube de OCI ayuda a las organizaciones a realizar su transición por medio de una recopilación de recursos en la nube, mejores prácticas, tutoriales y herramientas de capacitación.

Con 41 regiones en la nube disponibles en 22 países, uno de ellos España, y más de 80 servicios de plataforma e infraestructura, la principal característica a destacar es que los servicios cloud de Oracle son consumidos por el cliente allí donde los necesita: ofrece para ello distintas modalidades de despliegue (Oracle Distributed Cloud), desde las regiones públicas comerciales, como la recientemente inaugurada en Madrid, a regiones dedicadas a clientes o conjuntos de clientes específicos.

Otro elemento clave es que facilita el uso de servicios cloud de terceros, lo cual supone una estrategia multi cloud que favorece la interoperabilidad de servicios entre diferentes proveedores. Oracle ha anunciado, en este sentido, acuerdos con distintos proveedores, entre los que destacan Azure, VMware o NVIDIA; la nube de Oracle es, además, una infraestructura cloud de segunda generación, basada en tecnologías autónomas que permiten los máximos niveles de eficacia operativa y seguridad para la ejecución de cualquier tipo de carga.

Son varios los servicios a destacar. El



primero es su base de datos autónoma Oracle Autonomous Database, que se ejecuta de forma nativa en Oracle Cloud Infrastructure y que provee de servicios en la nube optimizados para las cargas de trabajo, el procesamiento de transacciones y el almacenamiento de datos. El segundo es la suite integrada de aplicaciones Oracle Fusion Cloud: reúne un conjunto de aplicaciones que ofrece procesos consistentes y una única fuente de datos en las funciones de negocio más importantes como la planificación de recursos empresariales, la gestión de la cadena de suministro o del capital humano...

Oracle Cloud Lift Services, el tercer servicio, proporciona orientación sobre la planificación, la arquitectura, la creación de prototipos y la gestión de migraciones a la nube. Finalmente, se

encuentran los servicios para el desarrollo de aplicaciones por parte del cliente. Además de crear las suyas propias, los desarrolladores pueden migrar, optimizar o ampliar cualquier aplicación personalizada o de terceros, incluidos SAP y Windows, con las bases de datos autónomas y MySQL únicas, así como servicios de poco código de integración, machine learning y desarrollo.

Oracle

Tel: 902 302 302

Web: www.oracle.es

Precio:

A consultar

OVHcloud Storage



Sus soluciones de almacenamiento como servicio están basadas en tecnologías estándar como Ceph o OpenStack Swift, son accesibles a través de API y compatibles con S3.

Con una red propia de 34 datacenters distribuidos en todo el mundo, OVHcloud ofrece a sus clientes soluciones de cómputo, almacenamiento y red en modo IaaS y PaaS, con cerca de 80 soluciones para impulsar el crecimiento de las empresas. Dentro de este contexto, sus soluciones de almacenamiento de datos se adaptan a todas las necesidades, desde el archivado de larga duración y los grandes sistemas de ficheros en red, hasta el almacenamiento de objetos o en bloque, e incluso el backup para volúmenes o instancias de nube pública.

OVHcloud brinda, asimismo, soluciones diseñadas para una escalabilidad ilimitada bajo demanda, y con unas prestaciones óptimas no solo en materia de rendimiento, sino también de seguridad y confidencialidad de los datos, al contar con estándares en materia de certificaciones (ISO/IEC 27001, 27017, 27018 y 27701) y la conformidad con regulaciones para datos críticos de sectores como el sanitario o el financiero. Y, puesto que esos datos pertenecen al cliente, el proveedor garantiza la reversibilidad para que este pueda recuperar sus datos en cualquier momento, sin bloqueos tecnológicos ni costes ocultos. Las soluciones de almacenamiento como servicio de OVHcloud están basadas en tecnologías estándar como Ceph o OpenStack Swift, son accesibles a través de API y compatibles con S3, lo que favorece la migración y la interoperabilidad en entornos multi cloud. Al contar con una facturación simple, esto facilita la predic-



ibilidad de los costes.

Entre las principales soluciones de cloud storage de OVHcloud destacan: Object Storage, Block Storage y Cold Archive. Object Storage, para datos estáticos con un alto rendimiento-ideales para áreas como el big data o la Inteligencia Artificial- es un servicio de almacenamiento de objetos ilimitado bajo demanda y con total escalabilidad accesible a través de la API S3 del grupo. Por su parte, Block Storage es una solución de almacenamiento en bloques para volúmenes de almacenamiento seguros y flexibles disponibles bajo demanda que pueden ser utilizados como discos adicionales gracias a la triple replicación de los datos. Resulta especialmente adecuado para el procesamiento transaccional, así como para

las bases de datos ya que favorece la velocidad y se adapta al proceso de escalado. La tercera solución, Cold Archive, es para el archivado de datos 'fríos'. Se trata de un servicio de almacenamiento de larga duración en cinta seguro e hiper-resistente con replicación de contenidos mediante codificación de borrado en cuatro data centers geo dispersos.

OVHcloud

Tel: 91 758 34 77

Web: www.ovhcloud.com

Precio: desde
7 euros/mes por TB

Sarenet Soluciones Cloud

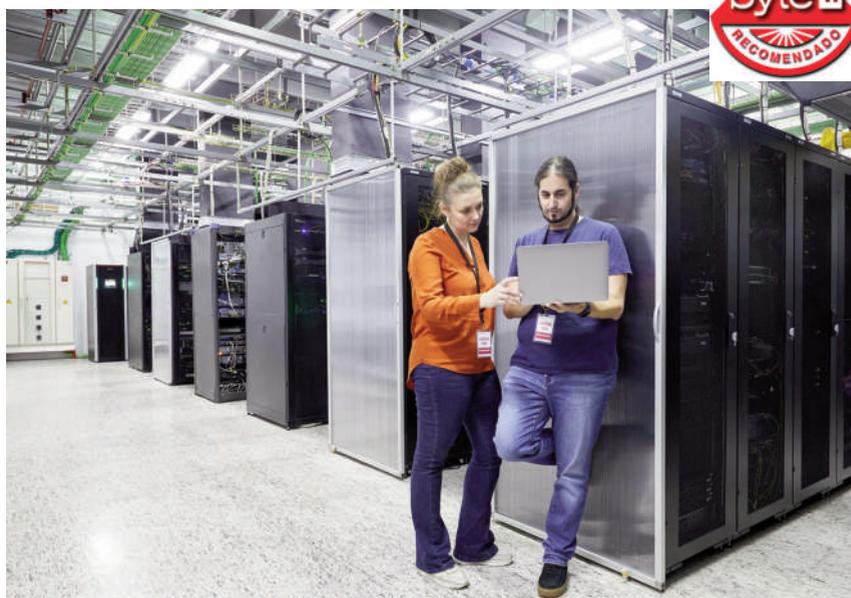
Con una visión 360° que abarca las comunicaciones y la ciberseguridad, apuesta por la personalización, un soporte técnico de alta calidad y soluciones híbridas flexibles.



La propuesta cloud que ofrece este proveedor de voz, datos y almacenamiento para empresas destaca por su enfoque personalizado y su compromiso con la calidad del servicio, que consigue gracias a un soporte técnico que incluye una red de centros de datos de primer nivel ubicados en el territorio nacional (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) y que provee de una seguridad y vigilancia las 24 horas del día; dichos centros están conectados mediante fibra oscura.

Entrando en detalle, Sarenet no se limita en exclusiva a los servicios del data center, da un paso más allá al abarcar una perspectiva integral. Esto significa que, además de ocuparse de los servicios en la nube, controla las comunicaciones de los clientes: de este modo, pueden garantizar su conectividad con las plataformas alojadas y les proporcionan las soluciones de ciberseguridad que necesitan.

Para Sarenet el concepto de soluciones híbridas es importante también y, en este sentido, no se limita a diferenciar entre un entorno web que es público y otro privado. Su capacidad le permite alojar los equipos del cliente en sus centros de datos antes citados, proporcionándole máquinas virtuales en su infraestructura en la nube y conectándose mediante redes locales virtuales privadas que se propagan a través de la infraestructura que posee el proveedor. Como característica complementaria, Sarenet puede establecer conexiones privadas con plataformas que se alojan en proveedores hiperescalares para así añadirlas a esta red local; una red que



puede actuar como la DMZ de un cortafuegos para que la seguridad no se vea comprometida. Hablando de seguridad, Sarenet es Veeam Cloud Provider: esto significa que las compañías pueden programar sus copias de forma segura desde Veeam Backup.

En otro orden de cosas, y dentro del modelo de infraestructura como servicio (IaaS), Sarenet pone a disposición de las organizaciones un servidor virtual que se monta sobre un almacenamiento de datos redundado en doble cabina. A través de la 'Ventana del cliente' las compañías no solo gestionan sus máquinas, pueden ampliar recursos, configurar alertas, restaurar servidores a estados anteriores y acceder inmediatamente al soporte técnico facilitado.

Como proveedor integral, monta a medida de las empresas la VPN que necesita cada negocio, garantizando no solo bajas latencias. También kubernetes gestionados, una disponibilidad máxima y la posibilidad de que una organización pueda conectarse a nubes públicas (por ejemplo, de Amazon u Oracle) sin necesidad de que deban pasar por las redes públicas de Internet.

Sarenet

Tel: 900 806 006

Web: www.sarenet.es

Precio:

A consultar

Los retos del digital workspace



El mundo laboral está transformándose de forma acelerada, independientemente del sector productivo del que se trate. Vamos hacia un entorno cada vez más colaborativo en una evolución que parece que no va a tener fin. **Vanesa García**



El Digital Workspace ha adquirido una relevancia global, y es que se ha vuelto más crucial que nunca. Con el inicio de la pandemia, las empresas se vieron obligadas a realizar una transformación digital sin precedentes. En este contexto, el departamento de TI se enfrentó al desafío de fomentar una cultura empresarial capaz de proporcionar a los empleados las herramientas y los conocimientos necesarios para su crecimiento y desarrollo.

En la actualidad nos encontramos ante un nuevo escenario que ya no es noticia y que solicita una adaptación ágil por parte de todas las empresas. Y es que, el 30% de los empleados en España ya han sido trabajadores híbridos en 2022, además, el 43% de las organizaciones ya ha destinado parte de su presupuesto a la mejora tecnológica del puesto de trabajo.

“Cuando las organizaciones entienden lo que realmente significa el puesto de trabajo digital y responden a las demandas de sus empleados, el compromiso y la lealtad de estos últimos crecen de manera exponencial”, explica Luis



Aguilar, director de Digital Workplace en Kyndryl España y Portugal.

DIGITAL WORKPACE EN LAS EMPRESAS

Al empezar la pandemia, muchos empleados se vieron obligados a teletrabajar y no tuvieron más remedio que adaptarse a las capacidades que se les brindaban, pero sus expectativas han crecido. Hoy, esperan que su puesto de trabajo híbrido les proporcione acceso uniforme a todos los recursos necesarios desde cualquier lugar y por cualquier canal, una disponibilidad constante sin interrupciones, la

capacidad de interactuar con otros compañeros, clientes y socios, y un acceso rápido a los datos para mejorar su productividad.

Como explica Félix Casado, CEO de Virtual Cable, muchas empresas españolas son conscientes de que sus puestos de trabajo deben ser accesibles desde cualquier lugar y dispositivo, “el teletrabajo, ya sea continuo u ocasional, sigue siendo una tendencia al alza, debido a su demostrada efectividad para aumentar la productividad de la plantilla, la retención de talento, el compromiso y la satisfacción con la empresa. Para poder atender estas necesidades, es



imprescindible contar con un entorno de trabajo digital”.

Siguiendo esta misma línea, Abel Márquez, Product Manager Área Laboral, Wolters Kluwer Tax & Accounting España señala que el espacio de trabajo virtual garantiza hoy en día la productividad y la eficiencia de las organizaciones, “gracias a la gestión centralizada de las aplicaciones, la información y los datos, así como el bienestar de los empleados a través de una buena gestión de los RRHH”.

Ante este contexto surge la duda de: ¿Están las empresas apostando por nuevas fórmulas de trabajo?.

Para Julián Sanz. Especialista en Soluciones Cloud para Empresas en Arsys las suites de colaboración están ya bastante extendidas en las empresas, “ero todavía queda recorrido para su integración en los recursos corporativos, especialmente en la parte más directamente vinculada a los usuarios y sigue siendo una tarea pendiente, sobre todo, en la mediana empresa y en la pyme”.

Desde Ricoh avalan esta última opinión con datos, y es que, el 44% de las empresas españolas ya ofrecen actualmente una forma de trabajo híbrida (frente al 18% del año pasado), “una evolución que

La nube puede presentar riesgos como la exposición de datos sensibles a través de configuraciones de seguridad incorrectas

coincide con la voluntad de los empleados: tres de cada cuatro prefieren algún tipo de modalidad híbrida. Sin embargo, aún persiste la idea de muchos líderes (49%) de volver a formas de trabajo presencial puro y duro”.

TENDENCIAS ACTUALES EN ESTE ÁREA

El Workplace ha evolucionado significativamente en los últimos años, impulsado por una serie de factores, como el auge de “la nube”, el crecimiento de uso de dispositivos móviles y el teletrabajo. Las tendencias actuales son el paso a la nube, tanto de la computación como de los servicios y de las aplicaciones, y la importancia que está cobrando la seguridad en el puesto de trabajo.

Pau González Pons, Responsable de desarrollo de negocio de Workplace en Econocom Servicios cree que la gestión de los dispositivos de manera centralizada también es una de las tendencias actuales, pues “ayuda a los equipos de TI a mantener un entorno homogéneo y seguro, estén donde estén sus dispositivos. Con esta inversión en tecnología y la correcta implementación con Partners especialistas como Econocom, las empresas están creando lugares de trabajo productivos, seguros y flexibles”.

Luis Aguilar añade que otra de las tendencias clave en el digital workspace son los soportes de TI, así como, “los servicios de colaboración; los servicios de gestión moderna de dispositivos que eliminen la necesidad de preparar manualmente el equipo para cada ampliado y que cubran prácticamente todos los sistemas operativos y modelos de propiedad de los equipos; y servicios de virtualización de escritorios que faciliten a los empleados el acceso basado en la nube a las aplicaciones empresariales a través de una solución de gran seguridad. También se está generalizando el uso del Contact Center as a Service (CCaaS), que dota a los empleados de múltiples formas de acceder a los servicios de soporte a través de teléfono, chat web o apps de mensajería instantánea”

Michel Rodríguez aboga por la tendencia que gira entorno a la experiencia centrada en los trabajadores, “el trabajo híbrido consiste en capacitar a las personas, pero también en hacer que los objetos sean más inteligentes: sensores, etiquetas, cámaras, impresoras, robots... Y todo ello demanda una mejor conectividad”.

Mientras que, fuentes de Ricoh optan por la sostenibilidad y mejora de la productividad de las organizaciones con experiencias de inmersión, “sin duda, el gran reto de las organizaciones actuales es garan-

tizar experiencias inmersivas, hacer fluir la creatividad y la colaboración de las personas físicas y los participantes virtuales, y una gestión eficiente del lugar de trabajo a través de herramientas que permitan darle un valor añadido a la oficina tradicional”.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS PARA UN BUEN DIGITAL WORKSPACE

Un espacio de trabajo digital eficiente y efectivo es fundamental en la actualidad, especialmente en un mundo donde el trabajo remoto y la colaboración en línea son cada vez más comunes. Para garantizar el éxito y la productividad en este entorno digital, es esencial contar con ciertas características clave.

Sobre esto, Abel Márquez cree que el trabajo digital debe tener una característica principal: facilitar acceso a todas las herramientas necesarias para poder realizar el trabajo diario desde cualquier sitio que tenga acceso a una conexión a internet, “también es importante contar con las características físicas del puesto de trabajo para que ese empleo digitalizado se pueda realizar de la manera más óptima po-

sible. Por otro lado, no debemos olvidar la importancia de la seguridad y la privacidad de los datos, que debe garantizar la organización”.

Por su parte, Luis Aguilar opina que una plataforma de trabajo digital adecuada debe estar diseñada para evitar problemas de forma proactiva y predictiva, utilizando la automatización y las tecnologías de auto remediación, “es necesario que la misma ayude a crear una experiencia segura y versátil para los empleados, que impulse la colaboración, la cultura organizacional y la consecución de los mejores resultados. La misma también necesita ser capaz de liderar la adopción de espacios virtuales en multi-nube o híbridos”.

Para Michel Rodríguez un buen digital workplace, debe superar aún algunos retos, “como construir cultura más inclusiva, diseñar estrategias de compromiso y adoptar una infraestructura tecnológica adecuada”.

Otro punto base para un buen entorno de trabajo digital es la seguridad, cómo bien explican desde Econocom Servicios, “este debe ser el elemento troncal y sobre el que se cimienten el resto de ele-





mentos del Workspace. Cada vez más, los datos y servicios se alejan del Datacenter privado y se alojan en nubes públicas, creando un entorno susceptible de ser atacado debido a los múltiples puntos de acceso. En segundo lugar, la ubicuidad, y por último, la escalabilidad, ya que debe permitir a las empresas a adaptarse rápidamente a los cambios y crecimientos sin que esto suponga grandes esfuerzos”.

PRODUCTIVIDAD Y COLABORACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Los trabajadores españoles son más felices y productivos con el modelo híbrido. Según el estudio Hybrid Work de Cisco, el 77% han mejorado su bienestar, la mitad ‘ganan’ cuatro horas a la semana, el 70% hacen más ejercicio y el ahorro económico supera los 100 euros semanales. De hecho, siete de cada diez consultados en España tendrían en cuenta el acceso a este modelo híbrido al cambiar de trabajo.

Sin duda, el digital workspace ha mejorado la productividad al reducir, por ejemplo, todas las reuniones presenciales, así lo cree Abel Márquez, a lo que

añade que “disponer de herramientas digitales y un hub de aplicaciones integradas permite a la empresa ganar en eficiencia y productividad, ya que se reorganizan los procesos y el acceso a las aplicaciones”.

En esta misma línea, Félix Casado incide en que el impacto no solo ha sido positivo para la productividad, también para la mejora del servicio que se presta a los clientes, “pensemos por ejemplo en las infraestructuras sanitarias. El acceso ubicuo al puesto de trabajo facilita que un médico pueda atender a su paciente de forma personalizada en cualquier momento, accediendo a su historial clínico con seguridad y ofreciendo una solución inmediata que puede salvar vidas. En cuanto a la colaboración, el digital workspace ha eliminado fronteras, facilitando la colaboración internacional y permitiendo a las empresas contratar a los mejores talentos, estén donde estén. Así que no sólo se trata de productividad, también de eficiencia y calidad”.

Desde Ricoh también opinan lo mismo, y confirman que los empleados son un 6% más productivos gracias a la mejora de la satisfacción de los empleados, a la reducción del tiempo invertido en los des-



plazamientos y el coste asociado a éstos, “el Digital Workplace impulsa la flexibilidad, fomenta equipos mejor conectados y redonda en la captación y retención de talento. La tecnología es una palanca que ha ayudado a cambiar la cultura, retener y atraer talento y mejorar el trabajo híbrido”.

MEDIDAS DE SEGURIDAD A TENER EN CUENTA

Al utilizar un espacio de trabajo digital, es crucial considerar y implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos sensibles y garantizar la privacidad de los usuarios. Desde la autenticación y el cifrado hasta la gestión de accesos y el monitoreo de amenazas, existen varias estrategias que se pueden emplear para salvaguardar la integridad de la información y mitigar los riesgos de seguridad.

Sobre este tema, el director de Digital Workplace en Kyndryl España y Portugal opina que las funciones de seguridad de la oficina se deben extender hasta el lugar desde el que trabajan los empleados, desbloqueando las comunicaciones y la interacción desde cualquier ubicación, “la seguridad también





es clave en los servicios de virtualización de escritorios, donde la plataforma de digital workplace debe facilitar a los empleados el acceso basado en la nube a las aplicaciones empresariales a través de una solución de escritorio virtual alojada de gran seguridad. En los casos de servicios gestionados en SaaS en sectores con exigencias especiales como la Administración, estos servicios deben prestarse desde una plataforma en la nube ubicada en la Unión Europea y que cumpla con las exigencias de la organización y con la normativa vigente en materia de emplazamiento, privacidad y seguridad de los datos del Sector Público, con los más altos estándares en protección”.

Completando esta cuestión, para el Director de Colaboración en Cisco España, se necesita un enfoque de seguridad sencillo y centrado en el usuario, “esta simplicidad sólo se consigue combinando las redes y la seguridad en la nube para crear una nueva arquitectura SASE (Secure Access Service Edge) con un enfoque Zero Trust, que permite a los usuarios a acceder de forma segura y transparente a las aplicaciones que utilizan cada día, desde

cualquier dispositivo y desde cualquier lugar. Y con la mejor experiencia”.

Pau González Pons de Econocom Servicios señala a la autenticación multi-factor, las políticas de control de acceso, la política de prevención de fuga de información, encriptación de los datos y los discos duros como medidas esenciales, “así como las ya conocidas: antivirus, firewalls, sistemas anti malware, phishing, bloqueo de enlaces web o análisis de adjuntos de correo. Y la importancia de mantener los equipos actualizados y parcheados. Además de estas medidas, hay que destacar la importancia de la con-

cienciación y formación de los empleados, ya que la mayoría de los problemas de seguridad vienen de accesos a urls, descarga de adjuntos de emails, navegación por sitios no seguros o contraseñas débiles”.

LA IA EN EL DESARROLLO DEL DIGITAL WORKSPACE

La inteligencia artificial tiene el potencial para revolucionar nuestra manera de trabajar por completo. Por ejemplo, todas aquellas tareas repetitivas que realizamos hoy, serán automatizadas más pronto, que tarde. Entonces, ¿qué papel va a jugar la IA en el desarrollo del digital workspace?.

Para responder a esta cuestión, Julián Sanz, Especialista en Soluciones Cloud para Empresas

en Arsys explica que la convergencia de la IA y el digital workspace hará que el segundo, evolucione mucho más rápido, “aportando nuevas funcionalidades que conseguirá que los trabajos más repetitivos se ejecuten de manera más sencilla y los equipos humanos concentren sus esfuerzos donde más valor aportan en la organización”.

Luis Aguilar, director de Digital Workplace en Kyndryl España y Portugal habla del análisis de datos digitales del lugar de trabajo como próxima frontera, y es que, “ con su ayuda, se podrá desglosar dónde y cómo las organizaciones pueden replantearse los anticuados puntos de referencia para medir su éxito a fin de obtener un rendimiento real de sus inversiones en datos en 2023. Por ejemplo, se podrá desbloquear el valor sin explotar de los datos históricos o pasados por alto del lugar de trabajo o cambiando los acuerdos de nivel de servicio (SLA) de TI por acuerdos de "nivel de experiencia" (XLA)”.

Por su parte, Michel Rodríguez, Director de Colaboración en Cisco España es claro, el papel de la IA va a ser clave: “la IA ofrece un enorme potencial positivo para la humanidad, las empresas y los servicios públicos. Pero también implica nuevos retos. Dado que la IA puede generar automáticamente conocimientos que influyen en decisiones y acciones críticas, es imperativo implementar una gobernanza clara sobre cómo desarrollamos, desplegamos y operamos las soluciones basadas en IA”.



Olga García, VP Industrial Automation Iberia · Schneider Electric

Fecha de nacimiento: 4-enero-1970

Hijos: una niña

Hobbies: esquiar, surf, leer, viajar

Estudios: Licenciatura en Matemáticas y MBA en ESADE.

¿Cómo llegaste al mundo de las TIC?

Pues llegué directamente de la Universidad. Estudié matemáticas, pero había muchas consultoras buscando nuestro perfil para proyectos de tecnología. Y así empecé en el mundo TIC, programando aplicaciones bancarias...

¿En tu opinión, qué es lo que falla para que las mujeres no apuesten más por el estudio de carreras en el ámbito STEM?

Claramente seguimos con una falta de referentes. En España se ha hecho un esfuerzo por contar con mujeres en posiciones de dirección en las empresas tecnológicas, pero siguen faltando liderazgos en los niveles intermedios. Hay un gap entre las posiciones STEM que se incorporan a las compañías, cómo evolucionan dentro de ellas y las posiciones de alto liderazgo.

¿Crees que existe el techo de cristal en las empresas TIC?

¿Cuál debería ser la solución?

Hace 25 años, cuando me incorporé en el mundo laboral, existía el techo de cristal en prácticamente en todos los negocios. Aún había una forma muy masculina de hacer negocios y costaba imaginar a una mujer en ese tipo de posiciones más comerciales. En esa época, por ejemplo, era muy normal ser la única mujer en una sala de reuniones de 15 personas, y a menudo pensaban que eras la secretaria. Creo que esa mentalidad ha cambiado, afortunadamente, y que ese techo de cristal ha desaparecido en cierta medida. Eso es gracias al esfuerzo colectivo de todos los actores de la sociedad, y entre ellos también las empresas que hemos sido punteras en igual-

dad, como Schneider Electric. Por poner un ejemplo, desde hace muchos años contamos con una política específica para reducir la brecha salarial. Es decir, identificamos si realmente hay un gap entre hombres y mujeres e invertimos para corregirlo. Llevamos más de 2 millones de euros invertidos en esta corrección.

¿Una política de cuotas puede resolver el problema?

No es una solución per se, pero ayuda a seguir teniendo presente la igualdad en los procesos de selección. Cuando tienes que tomar una decisión entre candidatos, tanto externos como como internos, una política de cuotas te obliga a hacer un esfuerzo adicional para que siempre haya una mujer en la selección final, por supuesto en igualdad de cualificaciones y de habilidades. Esto es lo que hacemos siempre desde Schneider Electric, lo que te obliga a trabajar más para ello, pero es necesario para que las mujeres no sigan infrarrepresentadas en las candidaturas de ciertos perfiles profesionales.

¿Qué dificultades te encontraste para llegar a la posición que tienes actualmente, desde el punto de vista de una mujer?

En realidad, me considero una afortunada porque mi carrera ha fluido desde el principio y no he notado ninguna dificultad para llegar ciertas posiciones. Pero es verdad que siempre he trabajado en entornos privilegiados y en grandes empresas, que en general trabajan desde hace muchos años para la igualdad de oportunidades. Pero este trabaja no siempre se ha hecho en las pequeñas empresas o medianas. Cabe decir que

algunas veces, las dificultades nos las ponemos nosotras. Me ha pasado a mí misma en el pasado: nos propusieron el mismo ascenso a un compañero hombre y a mí. Yo en ese momento me cuestioné a mí misma, si estaba suficientemente preparada... mientras que mi compañero no lo dudó un instante. Y acabaron promocionándole a él. Tenemos que trabajar estas actuaciones.

Un 35% de alumnos no logra acabar el bachillerato ni la FP o un equivalente. ¿Crees que está en la educación el problema de la falta de perfiles especializados?

Sí, creo que sí. Tenemos un problema en la distancia entre nuestro modelo educativo y las empresas. Necesitamos abordar una reforma importante que sirva para acercar la educación a la realidad de la sociedad, para que los estudiantes piensen por sí mismos y para que interaccionen interaccionar mucho más con el mundo real, con los museos, con los laboratorios, con las empresas, con los centros de innovación, etc. El sistema educativo debería beber de la sociedad y no ser algo estático y aislado en sus cátedras.

¿Te han servido o crees que

te han servido tus estudios para realizar tu labor profesional actual?

Mis estudios eran absolutamente teóricos, porque estudié matemáticas fundamentales. Pero me sirvieron mucho, porque las matemáticas te enseñan a analizar, a razonar, a deducir, a llegar a conclusiones y a pensar con una perspectiva más amplia. Eso me ha permitido analizar las claves de algunas situaciones profesionales, identificar vínculos, crear planes... Aunque sí que hubo un momento en el que necesité sumar un conocimiento adicional y realicé un MBA para conocer todas las facetas de una empresa.

¿Si tuvieras que aconsejar a un joven qué estudiar de cara a obtener un futuro laboral estable, por dónde le orientarías o qué le dirías?

El otro día leía que el 85% de los trabajos que existirán en diez años todavía no existen, así que no sabemos cuáles van a ser.

Es difícil elegir una carrera concreta, pero yo animaría a las personas a que busquen carreras que desarrollen la capacidad de analizar, de deducir, de innovar y de crear. Es importante que tu carrera educativa te ayude a abrir la mente y a desarrollar flexibilidad y creatividad.



¿Hacia dónde crees que va el sector del sector TIC? ¿En tu opinión, cuáles van a ser las tendencias que realmente van a transformar la sociedad?

Creo que aquí el cloud computing es una tendencia absoluta, así como la inteligencia artificial, que la tenemos cada vez más integrada en nuestras vidas; y lo que eso va a suponer en el machine learning, que es la aplicación al mundo terrenal de la industria. Pero también me interesa mucho cómo se está desarrollando la inteligencia artificial para la ingeniería de software.

Además, vemos como tecnologías de colaboración facilita a que las empresas sean cada vez son más distribuidas. El hecho de que los empleados puedan estar trabajando desde cualquier lugar, permite nuevos modelos de negocio. Eso va ligado en parte a la realidad aumentada, que facilita esa labor desde cualquier sitio, con programas que nos permiten ver una máquina en remoto. Para eso, también son importantes unas redes 5G que facilitan esta transición y que conectan el Cloud con el Edge.



“Los recursos humanos son la clave de cualquier servicio y son parte crucial de cualquier proceso tecnológico”

¿Cuáles son los principales retos que afectan al sector hotelero en materia de digitalización?

Podría enumerar al menos tres tipos de ellos: Los relativos a preservar la disponibilidad y seguridad en datos, aplicaciones y comunicaciones, los referentes a mejorar procesos de negocio utilizando la tecnología, y la obtención y retención de técnicos para llevar a cabo todas esas tareas. Actualmente, la ciberseguridad es una amenaza para todos los sectores. Los ciberataques se están diversificando y perfeccionando a una velocidad cada vez mayor. Además de los “virus” maliciosos que pueden colapsar en el sistema de una empresa, hay múltiples estrategias que

utilizan los ciberdelincuentes como la obtención ilícita de información personal o la suplantación de identidad a través de correos electrónicos maliciosos, los cuales son cada vez más difíciles de detectar.

En el sector de servicios, como es el caso de la hostelería, donde se tienen infinitos datos confidenciales de los clientes, la seguridad de la información ocupa la primera posición en el ranking de retos.

Hay que estar constantemente alerta ya que, a pesar de utilizar políticas, normativas y procedimientos estrictos, siempre somos susceptibles de recibir un ciberataque. Es por ello que en RIU realizamos anualmente au-

ditorías, acciones secretas de hacking ético, reportes normativos a entidades certificadoras etc. No podemos bajar la guardia, tenemos que estar al día de la evolución de los ciberataques y de las herramientas y soluciones a nuestro alcance para mitigar los riesgos.

¿Qué tendencias van a ser las más disruptivas para un sector como el suyo en los próximos años?

La inteligencia artificial (IA) está en el foco de tendencias actuales y parece que venideras. Hay acciones que han venido para quedarse como una vía más de poder solventar problemas y procesos. La IA nos ayuda a hacer un uso más racional de la tecno-

logía y trasladar y delegar funciones a clientes o al propio empleado. Es una tendencia que poco a poco se irá integrando en el día a día de las empresas.

Por supuesto la movilidad en todas sus variantes ocupa una posición relevante, toda vez que los hoteles son espacios grandes y los profesionales no desempeñan sus tareas en posiciones fijas. Eso, junto con la sostenibilidad y eliminación del papel hace que tanto clientes como empleados deban disponer de soluciones confiables en su bolsillo.

¿Cuáles son los últimos procesos de digitalización en los que se ha embarcado Riu?

Este año estamos desarrollando más de 40 proyectos de digitalización. Entre ellos, los principales están enfocados a la evolución tecnológica de la Web y de Apps, también estamos en marcha con un nuevo programa de presupuestación corporativo y estamos desarrollando una base de datos de empleados que pueda ser utilizada por diferentes aplicaciones de distintos departamentos.

¿Cuál de esos proyectos es el que más ha impactado en el negocio de Riu? ¿Por qué?

En su día fue dotar de wifi gratuito a todos los hoteles de la compañía. Luego llegamos a las habitaciones con fibra óptica garantizando prestaciones y bajando mantenimiento de los elementos pasivos, y finalmente ofrecimos servicios para huéspedes y empleados sobre esa

infraestructura gestionada. Gracias a ello todo lo que son aplicaciones en movilidad (web Checkin, aplicaciones para gestión de incidencias, dirección, pisos, etc) pueden ejecutarse de manera segura y eficiente.

En su caso se conjugan dos elementos. Por un lado, los empleados y por otro los clientes. Además, al contrario que otro tipo de empresas nunca podrán prescindir de la parte física. ¿Qué supone todo esto en un proceso de digitalización?

Como bien dices, los recursos humanos son la clave de cualquier servicio, y, por tanto, son parte crucial de cualquier proceso tecnológico. En nuestro caso, el departamento de informática está formado por más de 200 empleados internos, todos ellos con un amplio conocimiento no solo de tecnología sino de la empresa. Es importante preservar la seguridad en los accesos (que nadie pueda acceder donde no deba ni pueda), en la información (cifrar los datos que viajan por la red desde cualquier punto) y garantizar que la productividad se cumple.

En cuanto a la parte de los clientes, como comentaba antes, nuestro sector, debido a su actividad, posee infinitos datos confidenciales de los mismos por lo que su privacidad y confidencialidad debe ser lo primero. Las nuevas tecnologías se adoptan para ganar en eficiencia y rapidez en todo el customer journey. Los clientes quieren tener la información a su alcance de la forma más inmediata posible y a través de una buena experiencia de

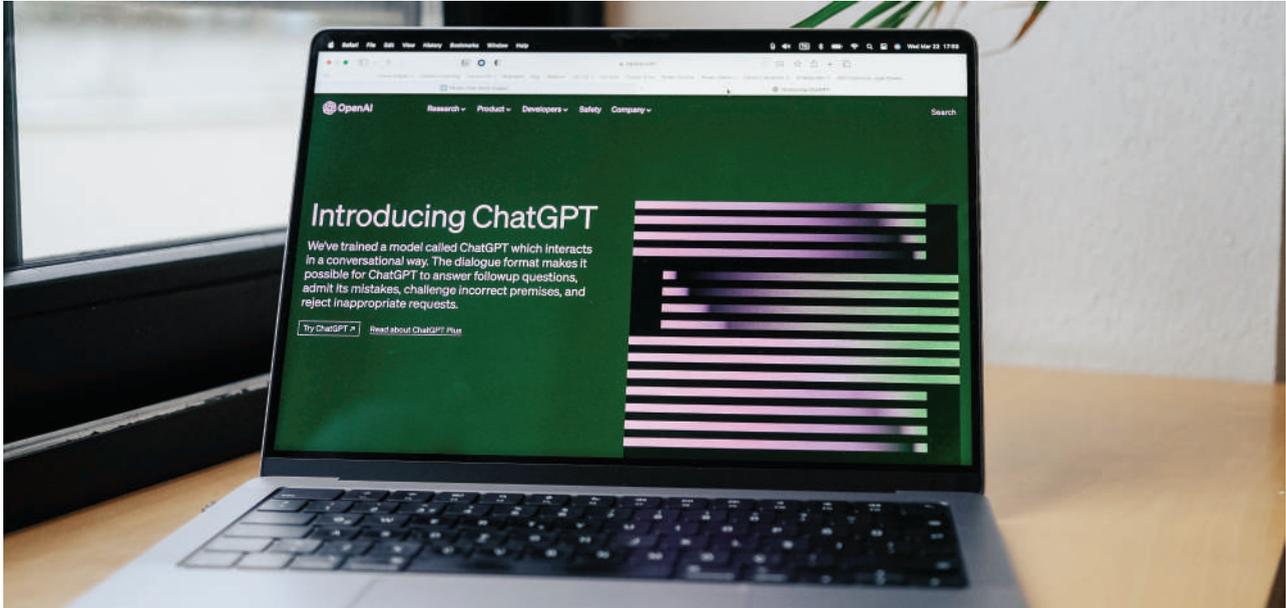
Miguel Reynés, CISO de RIU Hotels & Resorts

usuario. La tecnología juega cada vez un papel más importante en la comercialización porque habilita la conexión directa de la empresa con los agentes y con las personas, lo que sería B2B y B2C. Gracias a las nuevas tecnologías hoy en día se puede vender en cualquier parte del mundo y cobrar por anticipado. Por tanto, la importancia de disponer de un equipo grande y ágil, en perfecta sintonía con negocio, es vital si queremos poder seguir vendiendo más por esa vía. Y en ese camino estamos, buscando el equilibrio entre la productividad y la optimización de la experiencia del usuario.

¿Está impactando la nube en su negocio? ¿De qué forma?

Por supuesto. Nosotros trabajamos en una nube híbrida: aquellas aplicaciones sobre las que tenemos un total control, tanto en comportamiento como en crecimiento, nos cuestionamos si mantenerlas en on premise o en cloud público. Al tener un departamento extenso y ser una empresa que no huye del CAPEX, junto con una previsión estable de crecimiento, podemos realizar un business case bastante acertado a la hora de elegir el "sabor". En otros casos es el mercado quién nos condiciona, pues hay soluciones que sólo se ofrecen ya en SaaS o PaaS.

¿Es peligroso ChatGPT?



El primer impacto real que tuvimos en España de las imágenes creadas con Inteligencia Artificial (IA) fue el spot publicitario de Cruzcampo en el que aparecía una revivida Lola Flores. Pero lo cierto es que la IA ha tenido una gran evolución desde que en 2016 comenzaron a usarse algoritmos implementados en redes complejas neuronales como el deep learning, el Big Data y la combinación de ambas mediante el Big Data Analyst. El desarrollo de esta tecnología ha supuesto una considerable mejora en la realización de muchas tareas, contribuyendo al progreso de forma muy positiva.

Pero la IA también puede usarse con fines fraudulentos, como fueron los casos denunciados en Canadá en marzo de 2023 por Ruth Card, una mujer de 73 años entregó 3.000 dólares tras recibir una llamada con la voz clonada de su nieto Brandon, que le pedía dinero para pagar su fianza tras haber sido arrestado; y por los padres de Benjamin Perkin, que recibieron la llamada de su supuesto abogado para que pagaran 21.000 dólares debido a que su hijo habría matado a un diplomático norteamericano en un accidente de tráfico, poniendo al teléfono a la voz clonada del joven para convencerles.

Y es que el desarrollo de la IA se muestra imparable. En efecto, recientemente han dado la vuelta al mundo las fotografías fake del Papa Francisco con un plumas blanco,

diseñada por un usuario de Reddit; del expresidente de Estados Unidos Donald Trump, forcejeando con la policía, creada por Eliot Higgings, uno de los fundadores de Bellingcat, con motivo de su comparecencia judicial por el presunto soborno a la actriz porno Stormy Daniels para que no desvelara sus relaciones; y del presidente ruso Vladimir Putin arrodillándose ante el presidente chino Xi Jinping tras conocerse su supuesta intención de negociar el plan de paz para Ucrania propuesto por China; que han logrado generar mucha confusión debido a su gran realismo y su capacidad para servir de soporte a los clickbaits. Esta es la razón por la que el pasado mes de marzo de 2023 más de mil expertos de todas las disciplinas y nacionalidades firmaron una carta publicada por el Future of Life Institute, en la que reclaman seis meses de carencia en el desarrollo de IA, por el peligro para la Humanidad que acarrea el vertiginoso progreso que se está produciendo sin ningún control. Los riesgos inmediatos que detectan son la competencia para las personas en el ámbito laboral, así como ser un instrumento eficaz para las fake news. Dato curioso es que uno de los firmantes es Elon Musk, dueño de Twitter y fundador de OpenAI, creadora de ChatGPT.

Respecto a las iniciativas para regular la IA, en el ámbito europeo el artículo 22 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de

2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (GDPR) establece medidas para respetar el derecho de los usuarios a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar. Por su parte, en el Reino Unido el Information Commissioner's Office (ICO) publicó en 2020 la guía "Explaining decisions made with AI". En Asia, en abril de 2023 Japón ha publicado su Libro Blanco sobre IA, que supone un importante viraje normativo, ya que hasta ahora eran partidarios del uso de soft law, sin el establecimiento de normas obligatorias.

En Estados Unidos, el National Institute of Standards and Technology publicó en septiembre de 2021 el informe "Four Principles of Explainable Artificial Intelligence", donde se propusieron los cuatro principios que debería cumplir la IA con la finalidad de garantizar la máxima de la explicabilidad algorítmica de las decisiones de la IA: Explicación (Explanation), Relevancia (Meaningful), (Explanation Accuracy) y Límites del conocimiento (Knowledge Limits). Asimismo, en 2022 se promulgó la Algorithmic Accountability Act, que actualizó su predecesora de 2019, por la que se estableció la obligación de las empresas de evaluar el impacto de los sistemas de IA que utilizan y venden, e introducen medidas de transparencia para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas.

En España, la primera norma en esta materia fue la Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación, que legisla el uso de la IA por las Administraciones Públicas y las empresas en su artículo 23, con el objetivo de promover la igualdad de trato y no discriminación en los mecanismos de toma de decisión automatizados en el marco de la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial de noviembre de 2020, de la Carta de Derechos Digitales de julio de 2021 y de las iniciativas europeas en torno a la IA; favoreciendo que los algoritmos tengan en cuenta criterios de minimización de sesgos, transparencia y rendición de cuentas, siempre que sea factible técnicamente.

Y en este contexto ChatGPT se sitúa en el centro de la polémica, tras la aparición de noticias como la del hombre belga de 30 años, padre de dos hijos y con un buen empleo, que se suicidó en abril de 2023 tras semanas chateando sobre la emergencia climática con "Eliza", un chatbot basado en la tecnología GPT-J; o la de la demanda por difamación contra OpenAI de Brian Hood, alcalde de la ciudad australiana de Hepburn Shire, debido a las afir-

maciones falsas realizadas por ChatGPT sobre que fue condenado a 30 meses de prisión en 2011 por sobornar a funcionarios extranjeros en relación con una filial del Banco de la Reserva de Australia en 2000. Por si no fuera poco, se hacen otros reproches a ChatGPT, como que necesitó consumir 700.000 litros de agua para el entrenamiento de GPT-3.

Pero ¿qué es ChatGPT? Es un sistema de chat desarrollado por la empresa OpenAI, con más de 175 millones de parámetros, basado en un modelo de lenguaje por IA llamado GPT-3 (aunque ya se está trabajando en la versión GPT-4), capaz de aprender y mantener conversaciones de forma coloquial sobre cualquier tema con información precisa, lo que complica distinguir sus respuestas de las que hubiera podido dar un ser humano, pudiendo incluso responder verbalmente activando la función de voz para comunicarse con él. Aunque China no quiere quedarse atrás, el chatbot llamado Ernie Bot, desarrollado por Baidu, parece que aún no está preparado para competir con ChatGPT, según quedó evidenciado en su primera demostración realizada en marzo de 2023, que se limitó a una presentación pregrabada que no cumplió con las expectativas y que provocó el desplome de las acciones de Baidu en la Bolsa de Hong Kong.

Y ChatGPT ha provocado que salten todas las alarmas en las Agencias de Protección de Datos de los Estados de la UE. Así, el primer país en bloquear ChatGPT fue Italia en marzo de 2023, haciendo uso de la facultad conferida por el artículo 58-2-f) del GDPR, por no respetar la legislación sobre datos personales y no disponer de un sistema para verificar la edad de los usuarios menores de edad. Otros países como Francia, Irlanda y Alemania también han iniciado investigaciones en este sentido, así como la AEPD, que en abril de 2023 ha incoado de oficio actuaciones de investigación y ha solicitado al European Data Protection Board que se adopten acciones armonizadas y coordinadas a nivel europeo.

En conclusión, parece innegable que es necesario que se desarrolle una regulación legal y ética que establezca los límites que deben respetar los sistemas de IA, máxime cuando ya hay voces que alertan sobre que las grandes redes neuronales de aprendizaje automático podrían haber alcanzado una forma limitada de consciencia, como advirtieron en febrero de 2022 Ilya Sutskever, cofundador de OpenAI junto a Elon Musk y Sam Altman y Tamay Besiroglu, del Instituto de Tecnología de Massachusetts.

Javier López
socio de Écija Abogados

Ahorro de costes en cloud, aplicación de buenas prácticas

Tanto si una empresa acaba de empezar con los servicios de los Cloud públicos como si ha utilizado estos servicios durante años y ha alcanzado un alto nivel en la madurez de éstos, la gestión de los costes de los Cloud y su optimización general deben ser una prioridad absoluta ya que van directamente contra nuestra cuenta de resultados. Si se manejan mal los costes de la nube pueden salirse rápidamente de nuestro presupuesto, esto es precisamente lo que ha sucedido en muchas compañías, las cuales erróneamente han tildado de caros los servicios en la nube.

Para muchas empresas, la optimización de costes de la nube no es prioritario, o al menos hasta ahora no se ha tenido en cuenta el seguimiento de éstos y las variaciones que pueden existir.

Un punto de venta clave de la nube está en los ahorros de costes esperados una vez realizados los análisis correspondientes a las necesidades de cada empresa, por lo que una vez puesto en marcha el proyecto de migración y estabilización de sistemas o servicios en la nube es una suposición errónea, el pensar que el coste no es algo de lo que las empresas deban preocuparse. En realidad, debe ser una gran preocupación en caso de no darse continuidad al seguimiento de los costes generados en los Cloud.

Si bien las razones de los sobrecostes varían, las razones principales suelen estar asociadas a:

- Una adopción de la nube no planificada
- Despliegue de instancias o servicios no acorde a las necesidades de la compañía
- Uso de discos con performance y costes altos no necesarios en algunos casos
- No tener control las copias de seguridad
- Uso indebido de la red

Éstos, entre otros puntos han de ser revisados para lograr una optimización eficaz de los costes de la nube, a su vez se requiere que cada compañía apoyada o no por Partner expertos en gestión de costes en Cloud, que conozcan los “costes ocultos”, apliquen las mejores prácticas para obtener el máximo valor de las in-

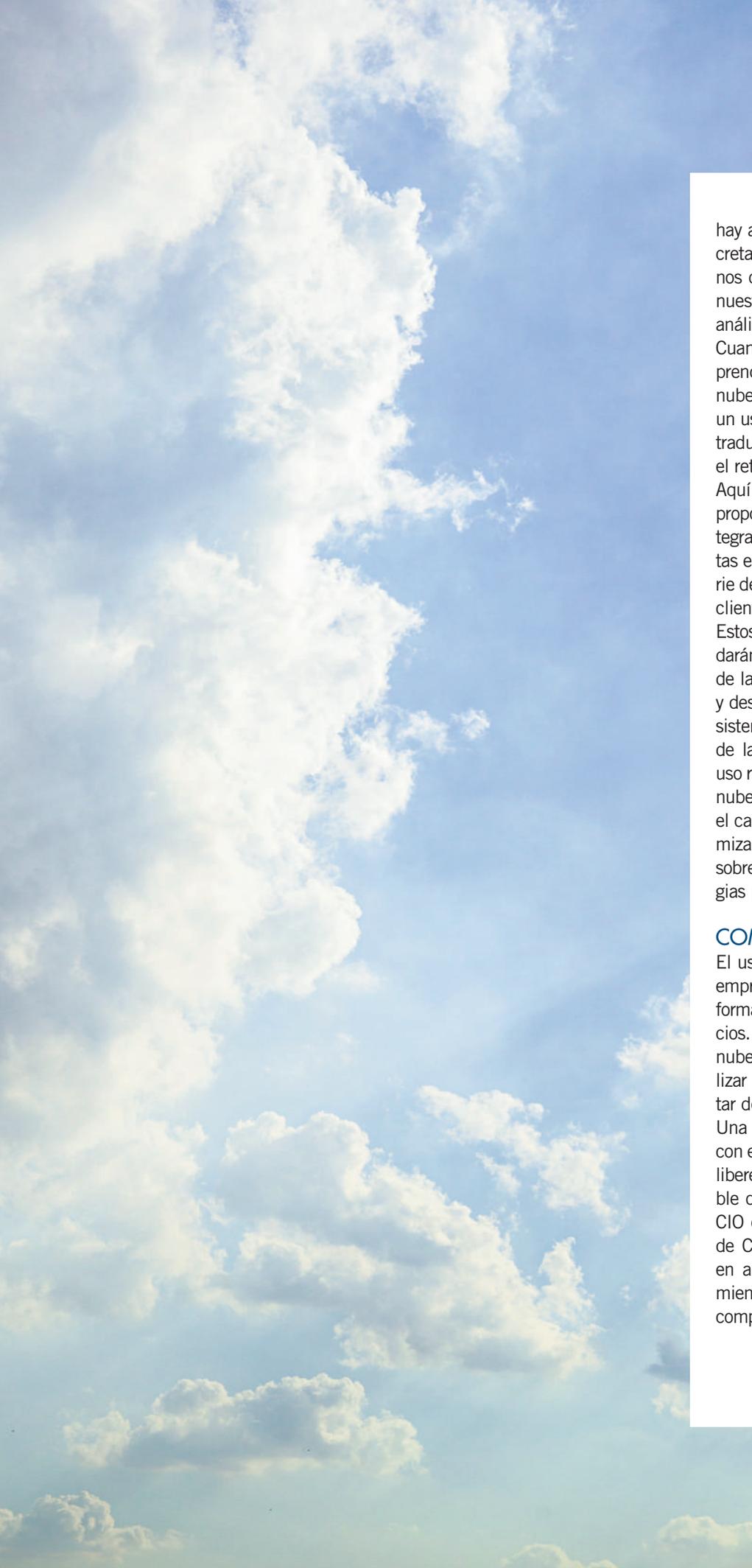
versiones en servicios en la nube.

En internet abundan los artículos que apuntan líneas de actuación para optimizar los costes de la nube, que simplificando podríamos resumir en lo siguiente:

- Líneas de actuación para optimizar los costes de la nube
- Comprender los conceptos básicos de la facturación que nos ofrece cada consola en Cloud Público.
- Analizar tipologías de instancias, las familias y subfamilias de cada tipo.
- Analizar los picos y anomalías.
- Revisar / Analizar el tráfico y consumo de red.
 - Examinar los costes de almacenamiento y Backup.
- Considerar las variaciones de costes por horario.
- Revisar / Analizar con los costes sin reserva / compromiso.

También se debe de tener en cuenta que en el entorno empresarial hipercompetitivo y vertiginoso de hoy en día, existe la tentación de apresurarse a la contratación de servicios de tecnología y plantearse la necesidad real más tarde. Pero tiene sentido ir lento para ir rápido y contar con el apoyo de un Partner que nos ayude y nos asesore en todo momento, lo que aportará a nuestra compañía el poder contar de los beneficios de la nube de manera plena. Hay mucho en juego para que cualquier compañía no priorice el análisis, control y la optimización de costos de la nube, ya sea por ella misma o externalizándolo, ya que la contención de los costes aportará más rentabilidad a la empresa. Las empresas con presupuestos de TI ajustados son las más interesadas en este control de costes para así disponer de la mayor inversión posible con la que adecuarse a las necesidades de los procesos de transformación digital en los que se hallan envueltos.

El concepto de “todo al Cloud” se ha generalizado en muchas industrias y compañías durante los últimos años, ahora, sin embargo, la prioridad no debería ser adoptar un enfoque basado en la nube para todo, la nube pública es un conjunto de herramientas que facilitan varias tareas, pero como todas las herramientas



hay algunas más generales y otras más concretas que deben fortalecernos y en las que nos debemos apoyar para el crecimiento de nuestras compañías usando como métrica el análisis coste beneficio.

Cuando una empresa se embarca en comprender y entender los costes asociados a la nube, será mucho más probable que consiga un uso efectivo de la misma, que a su vez se traducirá en poner en valor lo invertido contra el retorno de dicha inversión.

Aquí las consultoras especializadas podrán proporcionar ayuda para entender el coste integral de las soluciones en la nube, que tantas empresas necesitan, a través, de una serie de servicios diseñados para ayudar a cada cliente a aprovechar al máximo el Cloud. Estos catálogos de servicios que ofrecen ayudarán a elaborar una estrategia de adopción de la nube a través de las mejores prácticas y despliegue, tanto de aplicaciones como de sistemas que cumplan con las necesidades de las compañías. Este enfoque prioriza el uso rentable e inmediato y a largo plazo de la nube. Para los que estén más avanzados en el camino de la madurez de la nube, la optimización continua de costes puede ayudar a sobrellevar otros costes y desarrollar estrategias para abordar esos desafíos específicos.

COMO RESUMEN

El uso de la nube pública ha obligado a las empresas a realizar cambios culturales en la forma en que manejan el pago de los servicios. Con la adopción de los servicios en la nube las empresas tienen que revisar y analizar la facturación constantemente para evitar desviaciones.

Una buena manera de abordar esto es contar con el apoyo de un Partner especializado que libere de dicha “carga” y se haga responsable del seguimiento de dichas tareas, así el CIO o responsable de la compañía del área de Cloud, pueda focalizar todo su esfuerzo en apoyar al negocio y proveerle de herramientas que asistan al crecimiento de su compañía.

Dionisio García
Value Manager en Techedge España

La otra cara de la moneda: una IA responsable

En noviembre de 2022, OpenAI lanzó ChatGPT-3 para uso público, seguido de ChatGPT-4 el 14 de marzo de 2023, después de la explosiva popularidad de GPT3. El 29 de marzo, más de 1.100 líderes tecnológicos, incluidos Elon Musk y Steve Wozniak, firmaron una carta abierta pidiendo a todos los laboratorios de IA que detuvieran la investigación y el desarrollo durante seis meses. Poco después, Italia se convirtió en el primer país en prohibir el uso de ChatGPT, seguido por la Unión Europea y China anunciando sus propios planes para regular la IA. El debate sobre la IA ética, y el temor de que la humanidad fuera aniquilada por la inteligencia incognoscible de nuestra propia creación, se reavivó una vez más.

Cuando pensamos en IA responsable, lo primero que nos viene a la mente es cómo afecta a las empresas tecnológicas: cómo se regulará el desarrollo de la IA y qué desarrollos traerá consigo. Ahora, que las máquinas inteligentes se están volviendo más omnipresentes en toda la economía, el debate se sumerge en cómo afecta a quienes están fuera de la tecnología. Para muchos en una industria como la fabricación, por ejemplo, las principales preocupaciones no son si la IA tendrás un efecto directo. Más bien, se trata de poder comprender los consejos y las decisiones que toman los modelos de IA además de ser capaces de detectar malware, a medida que las organizaciones se integran y confían cada vez más en ella.

USOS DE LA IA EN EL MUNDO REAL

El escenario ideal para la IA es lograr un mundo mejor. Por ejemplo, en el sector fabricante o de utilities, la IA puede ayudar a liberar tiempo y recursos valiosos al automatizar las cargas de trabajo, tomar decisiones comerciales óptimas y agilizar las operaciones.

El mantenimiento predictivo es solo un ejemplo de dónde la IA puede consolidarse como una herramienta para simplificar las operaciones de servicio de

campo con la identificación de las necesidades de mantenimiento de la maquinaria antes de que se implemente el equipo de servicio. Esto permite a las empresas recuperar el tiempo que anteriormente se habría dedicado a diagnosticar un problema y viajar de ida y vuelta al sitio, que ahora se puede gastar en tareas más importantes o simplemente hacerlo más rápido.

¿QUÉ ES LA IA EXPLICABLE?

Cuando se trata de IA responsable, hay dos aspectos importantes a considerar. El primero es el aspecto práctico. ¿Está tomando las decisiones correctas por las razones correctas?

Tener una IA explicable es muy importante para comprender por qué toma las decisiones que toma y por qué, si toma una decisión equivocada, continuó ese camino. A menudo, esto se convertirá en un ciclo en el que el aprendizaje automático alimenta la IA y la IA produce más datos para el modelo de aprendizaje automático. El razonamiento defectuoso contaminará la salida, lo que resultará en datos inutilizables y una toma de decisiones poco fiables.

En el otro lado de la moneda, el aspecto ético se centra en aquellas preocupaciones de ciberseguridad que rodean a la IA. El ransomware presenta un problema importante para cualquier sistema de IA: además de simplemente entregar malware para cerrar un negocio, ¿qué pasa si se usa para fines más insidiosos y discretos?

Si el malware corrompe los datos en un sistema de IA, por ejemplo, deformando el algoritmo, puede llevar a consecuencias más desastrosas, como dañar los productos y la reputación de la empresa.

Por qué la mayor amenaza de la IA es el malware. Cuanto más autónomos e inteligentes se vuelven los sistemas de IA, mayor es el riesgo de que una entidad maliciosa se infiltre y corrompa sin apagarla por completo, por lo que es menos probable que se detecte y corrija de manera oportuna. La falta de intervención humana le da al malware, cuyo objetivo es



propagar un ataque y propagarse rápidamente a través de todo un sistema de TI, más oportunidades de pasar desapercibido. La ciberseguridad, y especialmente los principios de confianza cero y aislamiento, se vuelven críticos para el uso seguro y responsable de la IA. Desde asegurarse de que el software produzca el nivel correcto de pruebas y auditorías, hasta separar los deberes y los conjuntos de permisos para cada tarea o usuario. De esta manera, la IA práctica y ética van de la mano hacia la creación de una IA responsable, que luego se puede utilizar según lo previsto para impulsar la toma de decisiones empresariales.

Por supuesto, la pregunta sigue siendo, ¿cómo nos aseguramos de que la IA que estamos desarrollando sea ética y práctica?

ChatGPT ha demostrado ser más eficiente y capaz con cada interacción, mientras gana popularidad al mismo tiempo. Si bien el miedo a lo desconocido siempre estará presente, y por razones válidas, es muy poco probable que las personas dejen de fabricar nuevas herramientas de IA, de la misma manera que continuamos explorando el espacio o las profundidades del mar.

En cambio, se trata de asegurarnos de que entendemos cómo funciona, hacer que funcione para nosotros y, además, protegerlo contra ataques maliciosos de malos actores.

Kevin Miller,
CTO de IFS

Cinco tendencias de datos que definen el futuro de la banca

Los recientes rescates y compras de bancos han creado preocupación e incertidumbre en el sector bancario tradicional, que asiste a un cambio de comportamiento en los consumidores. Unas circunstancias que, sumadas a los efectos de la Covid-19, la guerra de Ucrania y la competencia de los challenger Banks, nacidos en la nube, crean un entorno cada vez más exigente, donde la banca tiene la oportunidad de contraatacar con las armas que le ofrece la digitalización. Para ello, DXC Technology, ha identificado cinco tendencias de datos que definirán el futuro de la banca. La IA, el análisis de datos y las tecnologías de automatización ofrecen la oportunidad de transformar la experiencia del cliente y automatizar procesos repetitivos. Con estas herramientas, los bancos pueden optimizar sus operaciones y acelerar la toma de decisiones.

MODELOS OPERATIVOS DIGITALES ADAPTADOS A LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Para ser relevantes para una nueva generación de consumidores, los bancos deben centrarse en las experiencias digitales de los clientes, y en la manera como estos usuarios acceden a sus productos y utilizan sus servicios. Los datos permiten mejorar continuamente la experiencia de los usuarios, creando un círculo virtuoso y una mayor fidelidad. Para conseguirlo, los bancos deben reevaluar sus modelos operativos: una integración de datos más fácil y mejorada, procesos más eficientes, tiempos de respuesta más rápidos y la creación de plataformas "plug & play", fortalecen su negocio y aceleran la monetización de los datos disponibles.

LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS

La ciberseguridad es prioritaria. Cualquier violación tiene un impacto negativo en la reputación y la cuenta de resultados. Las sanciones asociadas a la falta de seguridad son demasiado grandes para que los bancos se tomen este asunto a la ligera. Los bancos

seguirán invirtiendo fuertemente para protegerse contra los ciberataques, las violaciones de datos y los delitos financieros.

Cada vez son más los bancos que se asocian con empresas de tecnología financiera para optimizar los pagos, la suscripción y el desarrollo de aplicaciones. Sin embargo, es esencial disponer de los controles de ciberseguridad adecuados para protegerse a sí mismos y proteger los datos de sus clientes cuando se asocien con empresas menos reguladas. Del mismo modo, las empresas de tecnología financiera que deseen asociarse con bancos deben prepararse para las complejas obligaciones de normativas, ciberseguridad y gestión de riesgos.

GESTIÓN DE IDENTIDADES SOFISTICADA Y SEGURA

Las comunidades bancarias de Europa, América y Asia están desplegando nuevas plataformas digitales. La gestión de la identidad digital es clave para hacerlas seguras y eficientes. DXC Technology ha implantado y gestiona en Noruega el sistema de identidad BankID. Basándose en fuentes fiables y verificables, BankID ha aumentado drásticamente la velocidad y fiabilidad de la validación de identidades y el procesamiento de transacciones en todas las áreas de la banca en Noruega: desde pagos, hasta apertura de cuentas y transferencias de activos.

Este trabajo ha proporcionado una visión profunda, basada en datos, de lo que se puede hacer en banca digital cuando las infraestructuras, los ecosistemas y los procesos de negocio se alinean, y está ayudando a sentar las bases para el modelo del mañana. La gestión segura de identidades está facilitando movimientos como la integración de Mambu por Western Union (WU) en su nueva plataforma de banca digital, que da a WU pleno control para desplegar nuevos productos y servicios bancarios fáciles de configurar e integrar con aplicaciones externas.

En una única aplicación móvil nativa, los clientes pueden abrir una cuenta en cuestión de minutos, en lo



que se considera un paso para transformar las relaciones transaccionales que WU mantiene con sus clientes en conexiones más estrechas centradas en el cliente.

LA EFICACIA DE LAS INVERSIONES EN SOSTENIBILIDAD

Las empresas se están transformando para garantizar la sostenibilidad de sus operaciones. La magnitud de la tarea puede parecer abrumadora. Los bancos ayudan a eliminar parte de la incertidumbre, proporcionando los vehículos financieros para ayudarlas en sus viajes de sostenibilidad y para financiar asociaciones público-privadas que promuevan la agenda de sostenibilidad.

Este tipo de inversión es cada vez mejor acogida por los clientes, que son cada vez más exigentes con las prácticas empresariales sostenibles. Muchos bancos están creando ecosistemas que reúnen a una serie de organizaciones pertinentes, incluidos proveedores financieros públicos y privados especializados en ESG. Demostrar el impacto de la contribución de los bancos a estas causas dependerá de la capacidad de supervisar, rastrear, informar, y por tanto, ajustar sus iniciativas para obtener el máximo efecto. Esto solo puede lograrse con datos: los bancos invertirán en las herramientas, los procesos y los entornos de información adecuados para gestionar eficazmente el impacto de sus inversiones relacionadas con ESG.

REVITALIZAR LAS PRÁCTICAS DE CONTRATACIÓN

A la hora de contratar los nuevos candidatos esperan participar en proyectos empresariales con mayor dependencia de las tecnologías digitales, en negocios basados en plataformas alimentadas por datos, esperan conocer y participar en el desarrollo de la estrategia y objetivos de su compañía. El foco no puede estar centrado únicamente en las relaciones con los accionistas, la relación con los empleados es clave en la transformación digital de las compañías.

Juan Pablo Navarro, Chief Information Security Officer, Sopra-Steria

AITOR JEREZ, DIRECTOR COMERCIAL DE SARENET



“No todas las empresas cuentan con una correcta estrategia de migración al cloud”

Sarenet compete en el mercado cloud con una propuesta basada en la calidad del servicio con un soporte técnico cercano y eficiente. Hablamos con Aitor Jerez sobre la evolución de la nube en los entornos empresariales. **Por Manuel Navarro**

Ante la amalgama de proveedores cloud que hay en el mercado, ¿qué debe valorar una empresa a la hora de elegir uno?

Las empresas requieren un socio estratégico que las asesore en su proceso de digitalización y transición hacia la computación en la nube. Aunque muchas empresas comprenden la naturaleza de su negocio, carecen de conocimientos tecnológicos para optimizar sus operaciones. En ocasiones, se encuentran con proveedores de servicios en la nube que pasan por alto esta realidad. Imagina que vas a un concesionario de automóviles y te encuentras con estantes llenos de piezas que tienes que seleccionar y ensamblar por tu cuenta. Si consigues armar el automóvil, puedes ahorrar una suma considerable de dinero, pero a expensas de tener que estudiar mecánica, cuando en realidad tu objetivo era simplemente adquirir un vehículo para visitar a tus clientes. Pues bien, una situación similar se está dando hoy en día. Las empresas buscan en la web de las empresas más populares servicios en la nube y acaban perdidos entre opciones, información que deben digerir, y tarifas imposibles de decodificar. Por lo tanto, durante el proceso de adopción de la nube, las empresas deben buscar un proveedor que se ajuste a su nivel de madurez tecnológica y a los recursos de personal capacitado con los que cuentan. Deben contar con alguien que les asesore en su elección.

¿Cree que las empresas tienen una correcta estrategia de migración a la nube?

No todas cuentan con una estrategia adecuada al respecto. En algunos casos, se puede llevar a cabo la transferencia de cargas de trabajo sin una planificación adecuada y puede resultar en una experiencia frustrante durante el proceso de migración. Para evitar contratiempos, es fundamental considerar la infraestructura existente, los requisitos de seguridad, la compatibilidad de las aplicaciones y la experiencia del equipo, antes de proceder con la migración a la nube. Es esencial tener presente que lo habitual es que no todos los proyectos son plenamente "migrables" a la nube. Existen diversos factores que hacen necesario mantener una convivencia entre soluciones basadas en la nube y locales. Algunos ejemplos incluyen: la dependencia de sistemas o aplicaciones que no sean compatibles con las plataformas disponibles en la nube, regulaciones y normativas que impidan la extracción de datos de las instalaciones, dependencia de recursos físicos o locales, limitaciones de rendimiento o latencia, y los costos elevados de licencias en el modelo de nube. A pesar de estos desafíos, las ventajas superan a los inconvenientes, y aunque no se pueda externalizar todo el entorno, la adopción de este enfoque resulta beneficioso. Para asegurar un proceso de migración exitoso y agradable, es crucial elegir un socio o proveedor que brinde asesoramiento constante a lo largo de todo el proceso.

¿Cuáles cree que son los principales errores que cometen las organizaciones a la hora de mover cargas a la nube?

En primer lugar, es crucial que las empresas comprendan que la migración implica un cambio en el entorno operativo. Por ejemplo, si se trata de un servicio interno al que los usuarios accedían a través de una red local y se traslada a la nube, es importante tener en cuenta que la experiencia de uso puede variar, mejorando para los usuarios externos pero empeorando para los internos. Por lo tanto, las empresas deben realizar una evaluación y planificación exhaustivas antes de migrar dichas cargas, ya que un movimiento precipitado puede tener consecuencias no deseadas.

El segundo error común está relacionado con los costos del servicio en la nube. En ocasiones, las ofertas del mercado son complejas y están sujetas a diversos factores, como volúmenes de transferencia de datos, países entre los que se mueven los datos y si se trata de transferencias de subida o bajada. Esta complejidad puede dificultar la estimación precisa de los costos mensuales para la empresa, lo que puede generar sorpresas financieras desagradables. Por lo tanto, es importante realizar un análisis detallado de los costos.

Por último, se encuentra el aspecto de la seguridad de los datos. Al pasar de un entorno local controlado a uno público en la nube, es fundamental implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos sensibles de la empresa.

¿Cuál está siendo la evolución de Sarenet en los entornos de nube?

A lo largo de nuestra trayectoria, hemos mantenido una constante adaptación a las cambiantes necesidades de nuestros clientes. Hoy en día, brindamos soluciones que abarcan desde centralitas telefónicas hasta cortafuegos y CMSs, todo listo para ser utilizado. Además, también ofrecemos servicios de alquiler de infraestructura virtual y proporcionamos alojamiento para los equipos de nuestros clientes, complementado con sólidas soluciones de ciberseguridad. Si tuviera que destacar un hito clave durante nuestro proceso de evolución, sería la irrupción de los sistemas virtuales.

¿Qué es lo que más les están solicitando los clientes en estos momentos?

En nuestra infraestructura, los servicios más solicitados por nuestros clientes abarcan una amplia gama de soluciones. Entre ellos, los servicios de copias de seguridad y réplica en la nube ocupan un lugar destacado, brindando a las organizaciones una sólida estrategia de protección de datos. Además, el alquiler de infraestructura se presenta como una opción popular, incluyendo máquinas virtuales, cortafuegos y centralitas virtuales de voz.

Derechos ante la IA



José Joaquín
Flechoso,
presidente de
Cibercotizante.

Desde la sociedad civil se está produciendo el gran debate sobre los riesgos de la inteligencia artificial (IA) y se aboga por elementos regulatorios que minimicen el peligro de un uso sin control de dicha tecnología y se plantea que los gobiernos optimicen el control sobre un uso ilegítimo si se utiliza inteligencia artificial.

La Autoridad de Protección de Datos del Reino Unido, elaboró la guía “Explaining decisions made with AI”, donde se relacionaron los conceptos del funcionamiento de la IA y su impacto en las personas. Nueva Zelanda fue el primer país en aprobar una regulación del uso de algoritmos por organismos públicos, con la promulgación de la Carta de Algoritmos de Nueva Zelanda, que establece los principios que deben aplicarse cuando el uso de un algoritmo revele un riesgo significativo para los derechos de los ciudadanos, tales como la transparencia, protección de la ciudadanía, adecuación del uso de datos, protección de la privacidad, la ética y los derechos humanos, y la supervisión humana.

La Comisión Europea propone prohibir la inteligencia artificial para aquellos usos de “vigilancia indiscriminada aplicada de manera generalizada a todas las personas físicas sin diferenciación”, o su utilización en sistemas predictivos que exploten las vulnerabilidades de las personas. No debería sorprendernos que el reconocimiento facial sea el primer aspecto importante de la IA que se exija cumplir con las regulaciones gubernamentales. Esta tecnología es muy intrusiva y puede afectar directamente la vida de todos

los ciudadanos de muchas maneras.

A nadie se le escapa que la IA está en boca de todos y lo que es peor, muchas personas se convierten en “expertos en Inteligencia Artificial” cuando tan solo han leído un par de artículos como máximo bagaje de conocimiento.

La reciente visita del padre de Open AI Sam Altman y sus declaraciones diciendo que “no quiero que pase como con la bomba atómica” nos hace pensar que el hombre crea la bestia, pero si no la amarra, se desboca.

Algunas tecnologías con inteligencia existen desde hace más de 50 años, pero la potencia informática, la disponibilidad de enormes cantidades de datos y nuevos algoritmos han permitido grandes avances de IA en los últimos años. La inteligencia artificial tiene un papel central en la transformación digital de la sociedad y hasta la propia Comisión Europea la ha considerado una prioridad.

Aunque lo parezca debido a su revuelo, la Inteligencia Artificial Generativa no es un concepto nuevo, las técnicas de machine learning detrás de la IA Generativa son una realidad durante los últimos años.

La IA Generativa es capaz de producir y generar texto, imágenes, voz, código e incluso vídeos y los expertos creen que ayudará al proceso creativo de artistas y diseñadores.

Hay una frase que resume parte del debate sobre la IA y la dijo Neil Jacobstein, experto en robótica e inteligencia artificial y también ex asesor de la NASA: “No es inteligencia artificial lo que me preocupa, realmente lo que me preocupa, es la estupidez humana”.

LA PLATAFORMA DE MARKETING AUTOMATION



GESTIONA TUS LEADS Y

POTENCIA LAS VENTAS

CON ENVÍOS AUTOMÁTICOS
DE **EMAIL Y SMS**



GENUINE LEXMARK

BestTogether

Como tu perro y su pelota
...o como el tóner Unison™
y las impresoras Lexmark.



¿Necesita una impresión de calidad que proteja su inversión? Los consumibles originales Lexmark proporcionan

Los componentes del sistema de impresión de Lexmark funcionan Best Together para:

- Ofrecer fiabilidad a largo plazo
- Ahorrar tiempo
- Reducir costes
- Protegen el medio ambiente
- Resultados de calidad profesional

Obtenga más información sobre tóner Unison en un breve vídeo que muestra lo que ocurre cuando se introduce tóner de otros fabricantes en el sistema de impresión Unison de Lexmark.

Best Together | Las impresoras Lexmark están diseñadas para funcionar mejor junto con los suministros, piezas y servicios originales Lexmark.