REVISTA

Tecnología & Sentido Común

#02
NOVIEMBRE
2020



26 Juanma Romero
NUESTRO INVITADO AL WESTIN

44 Alejandro Blasco
ENTREVISTA PROTAGONISTA

MARLON MOLINA
32 TENDENCIAS

50 La Nueva ADMINISTRACIÓN
VÍCTOR ALMONACID

36 RICARD MARTÍNEZ
Ojo al dato

54 América PRÓXIMA
SHIRLEY VILLACORTA

58 PEDRO ROBLEDO
Por Procesos

40 ECOSISTEMA Emprendedor
CATALINA VALENCIA

safecreative
2 010025 512318
INFO ABOUT RIGHTS

REVISTA

Tecnología & Sentido Común

#TYSC

EQUIPO DIRECTO:
Javier Peris - Piloto
Manuel D. Serrat - Copiloto
Yolanda Arenas - Equipo Directo
Alberto Rodríguez - Equipo Directo
Juan Carlos Muria - Equipo Directo

MICRO-ESPACIOS
Marlon Molina - La Noticia del Mes
Ricard Martínez - Ojo Al Dato
Catalina Valencia - Ecosistema Emprendedor
Víctor Almonacid - La Nueva Administración
Shirley Villacorta - América Próxima
Pedro Robledo - Por Procesos

PUBLICIDAD Y CONTRATACIÓN
Carmen Usagre

GABINETE JURÍDICO
Jesús López Peláz

ATENCIÓN AL LECTOR
tecnologiaysentidocomun@businessandcompany.com

EDITA
Business, Technology & Best Practices, S.L.

Av. San Onofre, 20
46930-Quart de Poblet (Valencia)
Teléfono: 96.109.44.44
Fax: 96.109.44.45
https://businessandcompany.com
soluciones@businessandcompany.com

safecreative
2 010025 512318
INFO ABOUT RIGHTS

(Business&Co.®) Business, Technology & Best Practices, S.L. en ningún caso y bajo ningún supuesto se hace responsable de las opiniones aquí expresadas por sus colaboradores o entrevistados.

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT® e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited. El Resto de marcas y Logotipos son de sus respectivos propietarios.COBIT® es una Marca Registrada de ISACA.

©2020 Business&Co.® - Todos los Derechos Reservados.



Pasos firmes

Comprueba cómo los estándares ayudan a tu empresa

www.pasosfirmes.es

UNE
NormalizaciónEspañola

Asociación Española de Normalización
une@une.org - www.une.org -

Organismo de normalización español en

ISO IEC CEN CENELEC ETSI COPANT

#02

NOVIEMBRE 2020

índice

DE CONTENIDOS



Juanma Romero



Alejandro Blasco



Buenas noches, buenas prácticas



Consejo de amigo de Abogado Amigo

índice

https://tecnologiaysentidocomun.com

Copyright 03

Índice de Contenidos 04

Editorial
JAVIER PERIS 06

Ransomware ¿hasta en la sopa?
MANUEL SERRAT OLMOS 10

Creando relaciones prósperas
YOLANDA ARENAS 14

Vulnerabilidades en las empresas y cazadores de bugs.
ALBERTO RODRÍGUEZ 18

Y entonces ¿Qué hacemos con los datos?
JUAN CARLOS MURIA TARAZON 22

Juanma Romero
NUESTRO INVITADO AL WESTIN 26

Tendencias
MARLON MOLINA 32

Ecosistema Emprendedor
CATALINA VALENCIA 40

Alejandro Blasco
ENTREVISTA PROTAGONISTA 44

La nueva administración
VÍCTOR ALMONACID 50

América Próxima
SHIRLEY VILLACORTA 54

Por procesos
PEDRO ROBLEDO 58

Buenas noches, buenas prácticas
JAVIER PERIS 62

Consejo de amigo de Abogado Amigo
JESÚS LÓPEZ PELAZ 66

Primer Congreso Nacional de Business Angels Virtual
ASOCIACIONES 70

GoDigital Nacional 2020
TECNOSOCIEDAD 74



OJO AL DATO 36

Comprometidos con la privacidad?

#TYSC

Javier Peris

La Cuenta de Resultados de IT

Bienvenido sea el lecto

En esta ocasión, me gustaría dedicar este espacio para reflexionar sobre la adecuada capacitación de los profesionales de tecnología en áreas, disciplinas e incluso materias que poco o nada tienen que ver con la tecnología pero que son vitales para su supervivencia como profesional y para la supervivencia del departamento entero.

Las quejas principales de los responsables de los Departamentos de Tecnologías de la Información están relacionadas con la reducción presupuestaria, con la baja o nula valoración que se hace del departamento o de los servicios que presta o con la falta de conocimiento del resto de la organización de lo que realmente se hace en los Departamentos de Tecnología. Siempre que oigo estos argumentos rápidamente pregunto ¿Y qué haces tú para que eso cambie?

Al igual que un ser humano no se preocupa normalmente de ejercitar sus pulmones, su riñón o su bazo, sino más bien se preocupa de otros músculos u organismos que tienen mayor proyección social los Departamentos de Tecnología han caído en la costumbre, o mejor dicho en la mala costumbre, de medir muy bien solo parte de lo que hay que medir, es decir medir indicadores que tampoco son tan imprescindibles o relevantes para sobrevivir, dejando algunos órganos vitales si medir, sin mejorar, y que por tanto se encuentran atrofiados.

Ya sean CIOs, CTOs, Directores de Tecnologías o Jefes de Informática, habitan departamentos por los cuales circula la mayor cantidad de datos de cualquier organización, de facto en la mayoría de las ocasiones son los responsables de la gestión de esos datos, de esa información y de su adecuada gestión que constituye la "materia prima" del Departamento, es decir en los Departamentos de Informática por información no será.

Pero como contrapartida son los departamentos que menos se miden, y capte el lector el matiz de lo que he dicho: "se miden" y también son los departamentos que menos pueden y menos saben poner en valor a través de evidencias, pruebas y con la rotundidad necesaria lo que se hace, lo que se produce, cuanto crean y cuanto generan, es decir poner en valor su trabajo, cayendo una vez más en el viejo tópico de: en casa del herrero cuchillo de palo.

Y que nadie interprete este articulo como una bronca o reproche a los Responsables de Tecnología, nada más lejos de mi intención, lo que estoy escribiendo es lo que me encuentro día a día en las organizaciones tanto grandes como pequeñas y medianas, sean públicas o privadas a las que formo, asesoro, superviso o acompaño en el logro de sus objetivos y que evidencia una grave falta de formación que conduce a una falta de gobierno y una escasa madurez en la gestión convirtiéndose en la causa raíz de muchas otras patologías que derivan en infinidad de problemas del día a día.



Mas del 85% de los profesionales de tecnología que aseguran ir "petados" lo que están realmente es mal organizados.
Y antes de que el lector sobre todo si es tecnólogo empiece a jurar en arameo concretaré a que me refiero en lo que además seguro estaremos de acuerdo, no sin antes hacerle unas cuantas preguntas sobre la que quiero se reflexione:

- ¿Sabe el departamento de Ventas evidenciar cuánto dinero genera a la compañía?
- ¿Sabe el Departamento de marketing el impacto económico y el retorno de inversión de sus campañas o acciones publicitarias?
- ¿Saben los Departamentos de Producción cuanto producen, con qué margen y por tanto cuanto beneficio aportan al conjunto de la organización?
- ¿Saben los Departamentos de Tecnología de manera inequívoca cuanto valor han aportado en términos económicos a la organización este último mes, este trimestre y en lo que llevamos de ejercicio?





Si usted es Directivo, Responsable o Profesional relacionado con la tecnología las tres primeras preguntas no deben importarle demasiado porque no están en su ámbito de responsabilidad pero si no puede responder a la última pregunta con rotundidad y evidencias en menos de cinco minutos le aseguro que usted y su compañía tienen un grave problema que deben resolver.

Conozco muchos miembros de la Alta Dirección, viajo con frecuencia al planeta de los CEOs y conozco también muchos AMOs y le puedo asegurar al lector que lo que necesitan saber los CEOs y los AMOs no es el volumen de incidencias resueltas, ni los tiempos de cola en la gestión de proyectos, ni las frecuencias de los Sprints, ni la cantidad de historias de usuarios del backlog, lo que la Alta Dirección necesita, quiere y tenemos la obligación de hacerle saber es cuanto produce cada euro invertido en nuestro departamento y lamentablemente la inmensa mayoría de los departamentos de tecnología ni lo saben ni se han planteado jamás averiguarlo.

Una de las incorporaciones de ITIL® 4 es considerar que el Valor para que sea tal debe ser Percibido, es decir, el valor si no es percibido no es tal valor, y esto es totalmente cierto, es más es algo que yo vengo diciendo desde hace muchos años. Los Departamentos de Tecnología son las grandes máquinas de hacer dinero en las organizaciones, su aporte totalmente horizontal permite desde vender más y vender mejor, a producir más y producir mejor, pasando por innovar más e innovar mejor, en definitiva, crecer más y crecer mejor, entonces ¿Qué ha podido suceder que con semejante aporte de valor somos considerados como un gasto? La respuesta es rotunda, no es percibido por el resto de la organización y normalmente ello es debido a que los CIOs, CTOs, Directores de Informática, etc. son más "Freakys" que "Managers"



Los CIO de verdad, con mayúsculas, son buenos Managers, buenos gestores, es decir poseen conocimientos de Management más allá de IT, conocen lo que es una Cuenta de Resultados, una Cuenta de Explotación, un Balance, y lo viven y lo aplican, estableciendo todas sus acciones enmarcadas en una Cuenta de Resultados que aunque no esté oficializada o institucionalizada en el contexto organizativo se asume como parte de la gestión del departamento y lo que caracteriza a un buen CIO es que si esta formación no se la proporciona su organización la busca fuera de ella porque tiene el convencimiento de que es algo imprescindible para el desempeño de actividad y algo necesario en el marco de su carrera profesional.

Démonos cuenta de una vez que el Conjunto de Responsables de los Departamentos de Tecnología deben ser mejores Managers que Tecnólogos porque al igual que en el mundo del deporte a nadie en su sano juicio se le ocurrirá convertir en entrenador al jugador que más goles mete, en las organizaciones los Responsables de Departamentos no deben ni tienen porque ser los más expertos en áreas técnicas u operativas relacionadas con la tecnología, error que todo hay que decirlo se sigue cometiendo demasiado a menudo. La obligación de un buen miembro del "C-Level" o incluso del "Middle Management" debe ser provocar que las cosas ocurran como deben ocurrir midiendo todo lo que hay que medir, con dos objetivos imprescindibles: Tomar decisiones basadas en información veraz y actualizada y por supuesto Mejorar.

¿Qué debería preocupar entonces a un CIO? Una de las primeras acciones que llevo a cabo cuando soy invitado a implantar un Marco de Gobierno en una organización o mejorar la Gestión del Servicio es considerar al Departamento de Tecnología como si fuera un Restaurante, si ha leído usted bien, un buen restaurante, donde vienen a comer el resto de Directivos de la Organización. A partir ese momento identifico claramente cuáles son los servicios que presta en base a los gustos y necesidades de cada uno de ello y le sirvo lo que precisan siempre teniendo en cuenta no solo qué nos cuesta producir cada comanda sino qué impacto económico tiene en cada uno de ellos, qué les aporta. Este cambio de mentalidad, esa pequeña medida cosmética que rápidamente es asumida como un juego en el contexto del departamento créanme empieza a calar e inseminar una Cultura de Servicio en el Departamento, consiguiendo por un lado que cualquier petición se considere como una oportunidad por pequeña que sea y que pueda evidenciarse en función del valor que realmente aporta que por supuesto lograremos sea percibido por el cliente.

Si con esta, y muchas otras medidas, logramos evidenciar que aportamos muchos más euros de lo que costamos, a ningún CEO, AMO o PXXX-AMO se le pasará jamás por la cabeza desprenderse de su Departamento de Tecnología, más bien al contrario, mejorará la confianza de la Alta Dirección, elevará el prestigio del Departamento, aumentará la confianza de la organización en TI, se logrará cada vez mayor inversión y recursos, y por supuesto también se tendrá más en cuenta al departamento respecto de las decisiones estratégicas.

No se trata de seguir midiendo cuantas incidencias hemos resuelto, en que tiempo, de que tipo, o que gravedad, el objetivo de gestionar es evidenciar ante la alta dirección que cada euro que se ha invertido en el departamento ha repercutido en muchos euros más de nuevas oportunidades explotadas, de resistencias vencidas, y de beneficios sostenidos en el tiempo para la organización.

Pero lo cierto es que lamentablemente es demasiado frecuente ver como los Managers siguen midiendo solo aspectos de TI, no aspectos del negocio de TI y peor aún van detrás de la información y no es la información la que va detrás de ellos y esto debe de provocarse. Veo con más frecuencia de la deseable Managers que deben estar preguntando constantemente plazos, tiempos, y asuntos derivados de la ejecución de Programas, Proyectos, Actividades y aquellas tareas que llevan a cabo sus subordinados sin información confiable, es decir apagando aquellos fuegos, sufriendo pérdidas de tiempo y acometiendo retrabajos que nos provocamos nosotros mismos con el desgobierno y la "desgestión"

Que le quede claro al lector que el día que un CIO, CTO o Responsable de Tecnología logre hacer funcionar su departamento con ese foco, nadie jamás podrá volverlo a considerar un gasto, nadie en su sano juicio pretenderá sustituirlo o reemplazarlo y con toda seguridad se ganará la confianza que aún no tiene en la tecnología de manera generalizada la Alta Dirección.

Por tanto estoy absolutamente convencido que los Departamentos de Tecnología deben dejar de una vez por todas de hablar en Baudios y aprender a hablar en Euros con la Alta Dirección.

TRANSFORMANDO ORGANIZACIONES A LA ERA DIGITAL

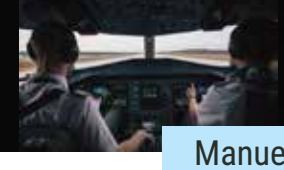
Formación, Consultoría e Interim Management:

- ✓ Formación y Certificación Oficial a sus Profesionales
- ✓ Implementación del Catálogo de Servicios
- ✓ Implementación de Oficinas de Gestión del Servicio (SMO)
- ✓ Implementación de Oficinas de Gestión de Proyectos (PMO)
- ✓ Implementación de Centros de Excelencia (COE)
- ✓ Estrategias de Outsourcing (Sourcing Governance)
- ✓ Implementación de Gobierno TI (GEIT)



https://javierperis.com

revistatysc@javierperis.com



Manuel Serrat Olmos

Ransomware ¿hasta en la sopa?

Continuamente nos bombardean las noticias acerca de todo tipo de empresas y organizaciones cuyos sistemas quedan inutilizados y bajo el control de ciberdelincuentes, que prometen liberarlos a cambio de una determinada cantidad de dinero en criptomoneda. En el artículo de este mes para tecnología y Sentido Común analizamos el fenómeno del ransomware, actualmente la amenaza número uno que afrontan las organizaciones y los individuos en el actual estado de Internet.



En mi artículo del mes de octubre de esta publicación[1] ya citaba el ramsomware como uno de los principales fenómenos actuales del panorama de las amenazas a la ciberseguridad en las redes. También en su artículo en el mismo número de TYSC, nuestro compañero Alberto Rodríguez hacia lo propio con este asunto del ransomware. Pero, ¿por qué se considera este tipo de amenaza tan dañina en la actualidad?

Lo primero, es conocer a nuestro enemigo. En su documento "Ransomware: una guía de aproximación para el empresario"[2], el Instituto Nacional de Ciberseguridad de España (INCIBE) define el ransomware como "un tipo de malware que cifra archivos o discos de la víctima, bloqueando sus sistema, y solicitando un rescate para recuperar el acceso al sistema y los ficheros".

Esta definición ya no responde totalmente con la realidad actual, ya que en estos momentos estamos asistiendo a una serie de campañas de ransomware en las cuales, los ciberdelincuentes, además de exigir el rescate que consideran oportuno, amenazan a la víctima con publicar la información que han bloqueado si no paga. Ya no les basta con dejar bloqueada la información, con el daño que eso supone para la víctima que no quiere o no puede pagar, sino que, además, se enfrenta a la posibilidad de sufrir un daño reputacional o industrial si esa información es finalmente publicada[3].



De este comportamiento, el lector podrá deducir que quienes están detrás de estas campañas de ransomware no son precisamente hermanitas de la Caridad. Como muy bien lo define INCIBE[2] "el ransomware (...) es un negocio, ilícito, pero un negocio. Además, no es muy costoso ponerlo en marcha y los beneficios son importantes. Están proliferando redes de ciberdelincuentes especializadas en ransomware. En este negocio participan además del creador del ransomware, los que alquilan la infraestructura para su distribución o los agentes que lo distribuyen y los servicios para recaudar el rescate". Si en lugar de tratarse de activos digitales lo que se secuestrara fuera una persona, la definición de INCIBE podría cuadrar bastante bien con la de Crimen Organizado.



Ransomware ¿hasta en la sopa?

Otra característica importante del ransomware es que los ciberdelincuentes siempre piden el rescate en criptomonedas, fundamentalmente, en Bitcoins. Esto se debe a la imposibilidad de trazar el dinero del rescate por la utilización de determinados servicios que mezclan los fondos de diferentes cuentas de Bitcoins, realizando realmente un lavado de dinero procedente de actividades presuntamente ilícitas. Como se puede observar, una característica más del Crimen Organizado, equiparable al tráfico de estupefacientes, de armas o de personas.

Actualmente, conviven dos grandes tipologías de ataques de ransomware: indiscriminados o dirigidos. Las campañas indiscriminadas de ransomware fueron las primeras en aparecer, ya que, como su nombre indica, se basaron en enviar el vector de infección por correo electrónico de forma masiva a una multiplicidad de direcciones disponibles. Normalmente, en este tipo de campañas el nivel de éxito es bajo, y el coste medio del rescate, también, ya que pueden afectar a hogares y empresas de todo tipo y tamaño. No ocurre igual con los ataques de ransomware dirigidos, en los que los ciberdelincuentes se marcan un objetivo que interpretan como lucrativo, recopilan toda la información que pueden sobre su objetivo, crean una serie de mensajes falsos con un nivel de realismo asombroso, y los envían a su víctima propiciatoria, que acaba infectando a su organización. En estos casos, el nivel de éxito de los ataques es mucho mayor, igual que la recompensa. Recientemente, incluso se ha llegado a ofrecer a un empleado de la empresa a la que se quería atacar una suma importante de dinero si directamente ayudaba a los ciberdelincuentes a meter el ransomware en la red de la empresa[4].



Para todas estas campañas se utilizan diferentes técnicas, tanto para realizar la infección, como para engañar a la víctima para que acepte el payload (o carga del código del ransomware).
La forma más habitual es recibir un mensaje de correo de una cuenta que parece legítima y de alguien conocido, y que lleva un documento ofimático (casi siempre, en formato Microsoft Word) o un enlace al que se incita a clicar. Si se abre el documento sin las debidas precauciones o se clica en el enlace, la víctima estará sentenciada. Más pronto que tarde, sus ficheros estarán cifrados, y su sistema, a merced de los ciberdelincuentes. En grandes organizaciones, los ciberdelincuentes esperan a que los sistemas tengan poco uso y poca vigilancia, lo que suele coincidir con los fines de semana, para asegurarse de que todos los recursos posibles se usan en el proceso de cifrado de los ficheros y que cuando los usuarios se den cuenta el daño sea ya enorme[5].

Con múltiples grupos de delincuentes creando y distribuyendo ransomware, y miles de afectados de toda clase a través del globo, es obvio que la "industria del ransomware" se encuentra en pleno florecimiento[6]. La COVI-19 ha supuesto una nueva oportunidad de "negocio" para estos ciberdelincuentes, que ni siquiera han respetado las instalaciones sanitarias, y a los que ya se les puede incluso imputar al menos un fallecimento en Alemania. ¿Debemos resignarnos a ser víctimas de este fenómeno? Radicalmente, no. ¿Qué podemos hacer entonces, dada la gravedad potencial de este tipo de amenazas para la supervivencia incluso de determinadas organizaciones?

La medidas de protección frente a la amenaza del ransomware pasan por afrontarlo a través de tres líneas de defensa:

Tecnológicas, las más básicas de las cuales podrían ser disponer de antivirus de servidor de correo y de estación de trabajo, definir reglas automáticas contra los adjuntos ofimáticos procedentes del exterior de la organización, y establecer cierto nivel de vigilancia de enlaces recibidos por correo electrónico. Obviamente, la remediación más útil, tras limpiar la infección, es la restauración de las copias de seguridad, para lo cual hay que tenerlas hechas (y comprobadas) con una periodicidad adecuada. Hay otra técnicas posibles, desde un punto de vista tecnológico, pero exceden el ámbito de este artículo. De nuevo, el documento de INCIBE al que me he referido en varias ocasiones[2] es una buena fuente de información al respecto.

Organizativas, como la concienciación de los usuarios frente al problema, y la formación de los mismos para que aprendan a identificar este tipo de amenazas cuando las reciben en sus bandejas de entrad de correo.

Legales, tales como denunciar tanto las infecciones como los intentos, y apoyar y promover cambios legales internacionales que impidan el lucro de los ciberdelincuentes en estos casos.

Recuerden. Luchar contra el cibercrimen, en cuañqueira de sus formas, es tarea de todos.

Referencias

[1]https://tecnologiaysentidocomun.com/ipages/flipbook/revista-tysc01-octubre-2020 págs. 10-12- [2] https://www.incibe.es/sites/default/files/contenidos/guias/doc/guia_ransomware_metad.pdf - [3] https://www.kaspersky.es/blog/ransomware-data-disclosure/21070/-[4]https://www.wired.com/story/tesla-ransomware-insider-hack-attempt/ - [5]https://www.muyseguridad.net/2019/11/27/ransomware-prosegur/ - [6]https://retina.elpais.com/retina/2020/08/20/tendencias/1597917249_738387.html - [7] https://www.technologyreview.com/2020/09/18/1008582/a-patient-has-died-after-ransomware-hackers-hit-a-german-hospital



fórmate!
https://businessandcompany.com/itil

El Sistema de Valor del Servicio de ITIL®4

...o todavía andas pensando en el ciclo de vida del Servicio.

Business&Co®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

ITIL®
ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION
PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT® e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited.



Yolanda Arenas

Creando relaciones prósperas

Lo conocerás por Gestión de Personal o Recursos Humanos, como parte de las etiquetas establecidas para hablar del área vital dentro de cualquier organización a la que con el tiempo le fueron apareciendo otros títulos más amables tales como, Humanos con Recursos, Gestión del Talento, Dirección de Personas, Capital o Talento Humano, Personas y Valores...

Lo cierto es que para cualquier organización debería ser el lugar donde preservar su genuina identidad, al mismo tiempo que seguir retroalimentándose con cada uno de sus integrantes con el fin de ser flexible y continuar viva.



¿Son las organizaciones conscientes de que el hábito no hace al monje?

No hay nada más arriesgado que dar por hecho las cosas, como por ejemplo pensar que dar una tarjeta de crédito y un vehículo corporativos o un flamante uniforme son garantía suficiente de compromiso y éxito. Con cada colaborador habremos de trabajar con entusiasmo y transparencia, y para esto se precisa de un firme liderazgo desde la alta dirección.





Creando relaciones prósperas

Ejes a considerar en nuestra estrategia del área de personas:

1. **LA FORMA:**
no hay dos personas iguales, por lo que no hay dos formas iguales de interpretar la información. Cada individuo parte de su propio marco de referencia por lo que sobre un mismo mensaje, se obtendrán múltiples respuestas de comportamiento.

2. **EL TIEMPO:**
a lo largo del tiempo pasamos por diferentes etapas, podemos estar solteros, tener hijos, vivir en pareja o divorciarnos, cuidar de nuestros mayores, madurar, aprender, en definitiva, vamos cambiando de prioridades y motivaciones.

3. **LA PERSONA:**
las personas somos como emociones con patas, por lo que tanto si estamos familiarizados con el concepto de inteligencia emocional como si no, es una realidad hacia la que navegar con urgencia, un intangible muy rentable si conoces la forma de utilizarlo, espero que para el bien común.

4. **LOS SUCESOS:**
un suceso es todo aquello que está en un plano superior a nuestro propio desarrollo, forma de entender y comportarnos, a nuestra respuesta emocional ante la vida y con los otros. Serían, por ejemplo; el entorno, el mercado, la política, el cambio climático o el mismo COVID19.

Es de esperar que toda empresa, con el tiempo, reconozca que ¡las personas! se convierten en la parte de mayor complejidad y que busquen múltiples formas de poder clasificar, evaluar, medir y retribuir a cada una de ellas.



Dónde poner la atención

Estar, observar y escuchar desde todas partes. Es una labor en 360º que sitúa al colaborador en el centro y que ha de tener como marco de referencia su propia y personal Cultura Organizacional de la que hablaremos en otro momento con más detalle.

Dicho así puede sonar a intrusismo en la persona, pero lo cierto es que sin ese trabajo holístico dejamos en manos del azar cómo resultará nuestra relación profesional y con ello, nuestra reputación. Podemos decir que las personas son diferentes, pero previsiblemente diferentes por lo que es conveniente hacer uso de herramientas de diagnóstico con las que se logra descartar la subjetividad.

Establecer una detallada descripción del puesto, un perfil competencial y comprobar si hay match con los principios y valores de la organización son tarea vital para una relación próspera donde ambas partes se sientan cómodas y se facilite que aparezca la confianza, cosa que trae ciertamente muy buen rédito.

Cuál es el nivel de análisis que hace la organización sobre esto, cómo abordan las decisiones y qué nivel de compromiso tienen con su bien más preciado, las personas, son factores que marcan la diferencia, el tiempo de vida y la altura de las empresas.



Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.



Alberto Rodríguez

Vulnerabilidades en las empresas y cazadores de bugs.



Sabemos que una vulnerabilidad, en términos informáticos, es un fallo en un sistema de información que pone en riesgo la seguridad, integridad, confidencialidad o disponibilidad de la información que poseen o con la que trabajan las empresas.

Para detectar y corregir las vulnerabilidades en sus sistemas las empresas auditan sus sistemas de forma exhaustiva mediante diferentes tipos de monitorización y controles que permite detectarlas.

> Una nueva forma de hacking ético ha llegado y ha venido para quedarse.





Todos los lectores conocemos que este tipo de auditorías tienen un alto coste, pero desde un tiempo hacia acá ha aparecido un nuevo perfil dentro del área de la ciberseguridad que se centra en este tipo de amenazas: los cazadores de bugs.

Empresas de la talla de Google, Microsoft, Facebook, Apple, cuentan con programas de Bug Bounty que ofrecen no sólo recompensas de tipo económico, sino también reconocimiento a todas aquellas personas que encuentren vulnerabilidades en sus sistemas o productos. Son programas totalmente abiertos que ayudan a detectar y corregir fallos que pueden poner en peligro tanto su propia seguridad como la seguridad de los usuarios que utilizan sus productos.

Estas compañías, ponen a disposición de los expertos en seguridad informática o de cualquier persona que quiera incrementar su experiencia dentro del hacking

Vulnerabilidades en las empresas y cazadores de bugs.



ético, el o los productos sobre los que quieren realizar análisis de vulnerabilidades. Una vez en dichas plataformas los investigadores intentan descubrir fallos o errores por las que son pagados en base a la criticidad de los mismos.

Uno de los programas más conocidos sobre Bug Bounty es el llamado "Hack the Pentagon", programa en el cual el Departamento de Defensa de los Estados Unidos pagó más de 70.000$ a diversos investigadores por numerosos bugs encontrados.

El mercado de los Bug Bounty en España es un mercado que está aún por explotar. Esto se debe en parte a las dudas que tienen las empresas españolas ante este tipo de plataformas. En otros países de Europa y América, plataformas como la conocida Yogosha o HackerOne se abren paso dentro del mercado de la ciberseguridad con este novedoso producto.

Tal es el cambio que se propone con este nuevo formato que, la división de seguridad de Telefónica Tech, Eleven Paths, se plantea usar este tipo de auditoría/pentesting para ofrecerlo a sus clientes de forma privada y de esta forma abrir un poco más este mercado dentro del territorio nacional.

Este amplio abanico de posibilidades que se abre, permite a analistas de seguridad con una amplia experiencia probar los sistemas y productos de grandes multinacionales, reduciendo de forma considerable la posibilidad de que un bug sea pasado por alto.

Con esta nueva forma de "responsible disclosure" muchos expertos en seguridad de la información, que hasta ahora veían que reportar de forma directa a la empresa les podía suponer un problema legal, se animarán a enviar los fallos que encuentren amparándose en el paraguas que les ofrecen las empresas especializadas.

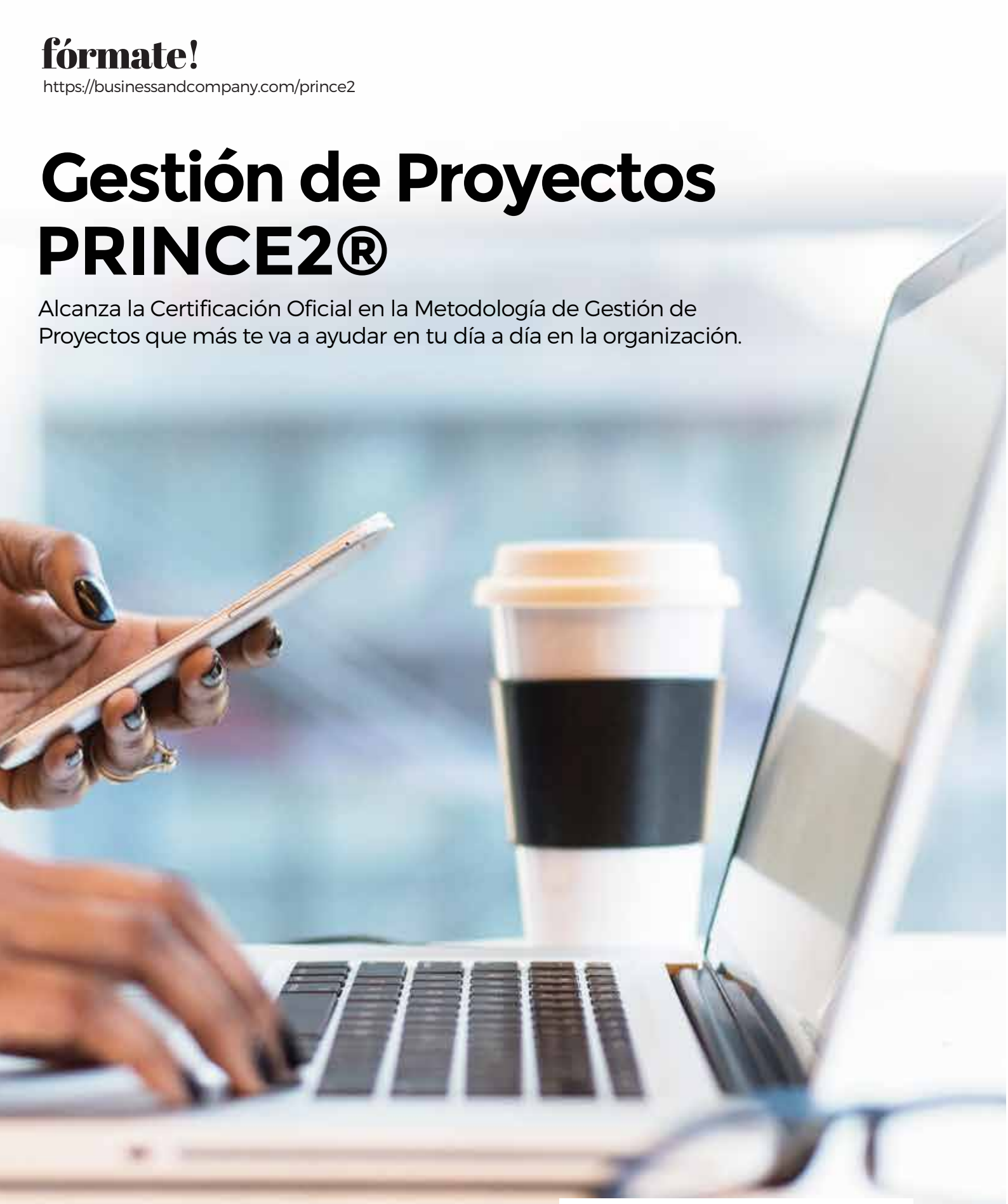
Una nueva forma de hacking ético ha llegado de la mano de este tipo de empresas y ha venido para quedarse.

fórmate!

https://businessandcompany.com/prince2

Gestión de Proyectos PRINCE2®

Alcanza la Certificación Oficial en la Metodología de Gestión de Proyectos que más te va a ayudar en tu día a día en la organización.



Business&Co®

Business, Technology & Best Practices, S.L.

PRINCE2®

ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION

PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT® e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited.



Juan Carlos Muria

SALUD EN LA NUBE

Y entonces ¿Qué hacemos con los datos?

Conozco a una CIO a la que le pidieron que liderara la innovación dentro de su hospital. Pues bien, ella, después de darle vueltas al encargo durante los escasos momentos libres que mantener en funcionamiento puestos de trabajo, servidores, seguridad, redes y equipamiento médico conectado a la red le dejaba, decidió dar los pasos habituales:

Lo primero que hizo fue sentarse con la gerencia para asegurarse de que conocía los pormenores del plan estratégico. En ese momento confirmó a qué indicadores se les daba mayor importancia desde la gerencia y cuál había sido la tendencia de estos indicadores en los últimos 5 años. A partir de ahí, pensó cómo las TIC podrían echar una mano con los indicadores más "rebeldes" y con los indicadores que mayor impacto económico podrían tener.

En segundo lugar, tuvo reuniones con la dirección médica, la de enfermería y con el servicio de farmacia para contrastar si sus ideas eran adecuadas.

De esas reuniones surgieron algunas mejoras y el abandono temporal de alguna iniciativa que a priori parecía útil, pero los procesos relacionados con estas últimas no estaban lo suficientemente maduros y nadie veía factible actuar sobre ellos a corto o medio plazo.

Sin embargo, hubo un punto en el que todo el mundo parecía estar de acuerdo: en los últimos congresos a los que habían asistido, algunos de ellos virtuales a causa de la pandemia, se presentaron diferentes soluciones que hacían pensar que el big data y la inteligencia artificial eran cuanto menos una panacea que iba a salvar el futuro de la medicina.

Mi amiga le preguntó a un científico de datos si todo lo que relucía era oro. Su respuesta fue una advertencia: "¡Huye de los insights!". Al no entender a qué se refería le pidió una explicación.

"Verás, hace unos años David Leinweber y Dave Krider publicaron un artículo en Forbes donde mostraban ejemplos del daño que podía causar

Mi amiga le preguntó a un científico de datos si todo lo que relucía era oro. Su respuesta fue una advertencia: "¡Huye de los insights!".



tomar decisiones basadas únicamente en la correlación. En el artículo se podía observar que el índice Standard & Poors 500 de EE. UU. tenía una correlación muy alta (0,75) con respecto a la producción de mantequilla en Bangladesh ¿Eso significaba que un aumento en la producción de mantequilla en Bangladesh podría provocar una subida en el índice S&P500?".
"Posteriormente, en un artículo de 2007 publicado en el "The Journal of Investing", David Leinweber retomaba ese ejemplo para ilustrar un fenómeno del análisis de datos llamado "overfitting": si además de la producción de mantequilla en Bangladesh, sumáramos la producción de queso de EE. UU. y el número de ovejas en Bangladesh y en EE. UU., conseguiríamos una correlación casi perfecta de 0,99".

Mi amiga entendió los riesgos, es decir, con la habilidad suficiente, podemos torturar los datos hasta que confiesen lo que queremos oír, pero no olvidemos que los datos los necesitamos para tomar decisiones, no para que nos den la razón (o al menos debería ser ese el objetivo).
Por tanto, recordó lo que había oído ella misma en una conferencia el año anterior en la universidad donde estudió, "correlación no implica

> **"En los últimos congresos a los que habían asistido se presentaron diferentes soluciones que hacían pensar que el big data y la inteligencia artificial eran cuanto menos una panacea que iba a salvar el futuro de la medicina.**

Y entonces ¿Qué hacemos con los datos?



> **No olvidemos que los datos los necesitamos para tomar decisiones, no para que nos den la razón.**

causalidad", y se dio cuenta de que si quería sacar el mayor partido de los datos, tal vez la clave no estaba en la utilización de una u otra herramienta, sino en contar con perfiles científicos de análisis de datos que no se dejaran llevar por cantos de sirena y que pudieran ayudar al hospital a limitar el gasto farmacéutico sin empeorar los resultados de salud, a reducir el stock de prótesis sin aumentar el indicador de estancia media del hospital o a definir bien los perfiles de pacientes con fractura de cadera que reingresan en los 15 días siguientes al alta.

Afortunadamente, el gerente del hospital, que ya contaba con una cierta experiencia en investigación clínica, entendió rápidamente a qué se refería la CIO, y como justamente abundaban en su hospital perfiles científicos de análisis de datos, sobre todo en el personal asistencial, decidió asignarle uno de medicina interna, otro de enfermería y otro de farmacia, y conjuntamente con el área de informática tomaron algunas iniciativas que pronto proporcionaron buenos resultados. Sus herramientas no eran de última generación, pero el ahorro de costes y la mejora en la seguridad del paciente fue bastante evidente y el hospital decidió consolidar esa área de trabajo, que sigue dando sus frutos hoy en día.

Multidisciplinariedad, diversidad, trabajo en equipo, análisis de datos, inversiones adecuadas, etc. Seguro que los lectores de la revista "Tecnología y Sentido Común" sacarán sus propias conclusiones sobre cuál es la clave de esta historia.

Cualquier parecido con la realidad es pura coincidencia... solo a veces.

Y de la Inteligencia Artificial ya hablaremos otro día.

fórmate!
https://businessandcompany.com/cobit

Tu vida puede depender de la tecnología

COBIT® 2019 Marco de Gobierno y Gestión de la Tecnología

La Implementación de un Marco de Gobierno y Gestión de Tecnologías de la Información permite conocer la salud global de los Sistemas de Información de los que depende los procesos habituales de una organización, sin un adecuado Marco de Gobierno y Gestión se podrá trabajar la seguridad, privacidad y otros aspectos de manera disociada tampoco se podrá garantizar que se estén teniendo en cuenta todos los factores necesarios para una adecuada operación. COBIT® aporta confianza.



Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

COBIT 2019 FOUNDATION
ACCREDITED TRAINER
APMG INTERNATIONAL

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. COBIT® es una Marca Registrada de ISACA



Juanma Romero, candidato a la presidencia de RTVE

RTVE no son solo los telediarios, es mucho más

Este mes hablamos con Juanma Romero, probablemente el comunicador más premiado del último decenio en España. Cuarenta y tres premios nacionales e internacionales por su labor profesional, en menos de siete años, avalan toda una trayectoria. Pero hay algo más, porque es uno de los veinte candidatos seleccionados por un comité independiente de expertos para acceder a la presidencia de RTVE. Hemos querido conocer cuáles son sus principales iniciativas de cara a la gestión de este gigante de la comunicación.

¿Qué es lo primero que quieres hacer si consigues el cargo?

Lo primero será ponerme en contacto con todos los trabajadores de RTVE a través de un vídeo que grabaré el mismo día de mi toma de posesión y que se distribuirá a través de la intranet de la Casa. Allí dejaremos muy claro que la empresa la sacamos adelante entre todos porque, por muy buena voluntad que tenga el presidente, como el resto de los compañeros no colabore no hay nada que hacer. También pondremos a disposición de todos los trabajadores un email corporativo para que se puedan comunicar con el presidente. Me comprometo a dedicar las mañanas de los sábados a responderles a todos ellos.

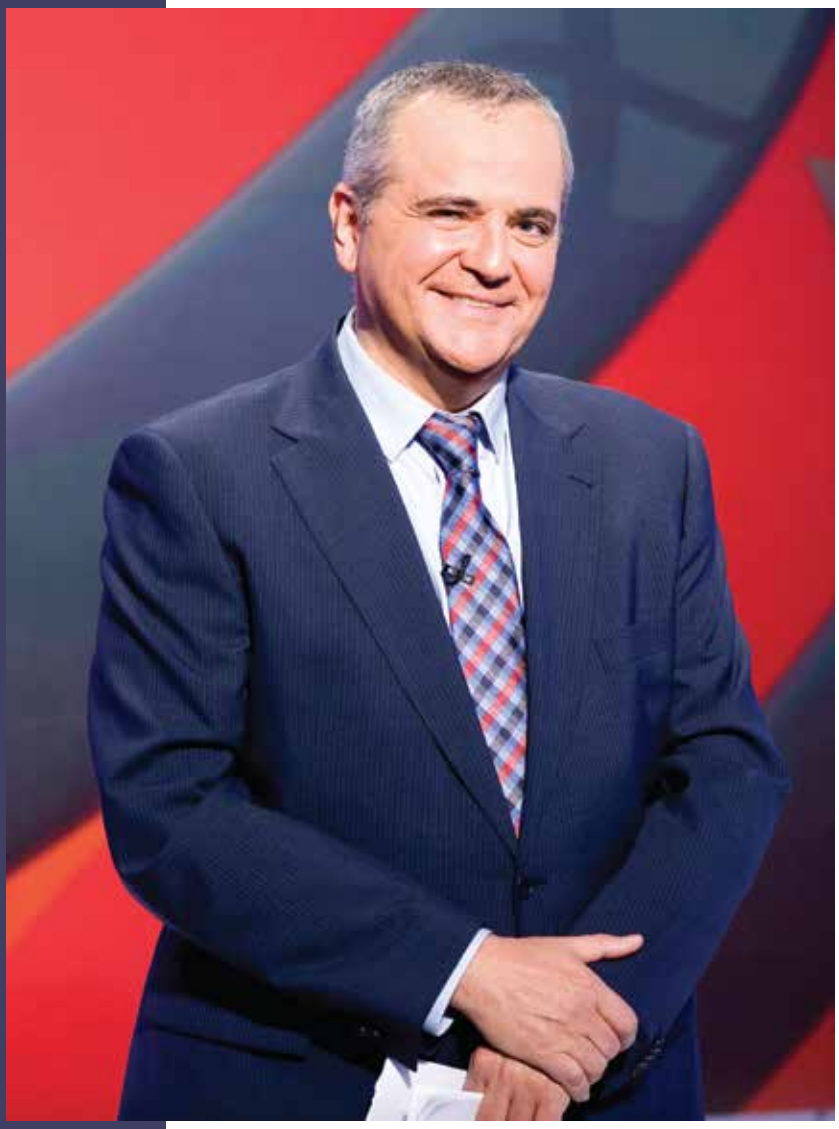
Te has pronunciado repetidamente sobre las productoras que trabajan para RTVE. Alguien podría pensar que estás en contra de ellas.

Nada más lejos de la realidad. Soy de la opinión de que la producción externa es necesaria y positiva para la empresa, pero solo cuando RTVE no pueda hacerlo por sus propios medios. Lo que no haremos será contratar a tal o cual productora porque sean amigos de tal o cual partido, sindicato o poder económico. Todo lo que se puede hacer en la Casa se hará en la Casa. Estamos hablando de garantizar el empleo de todos los trabajadores de la empresa.

> **Bajo mi presidencia no se manipulará a favor ni en contra de nadie. Eso se lo he transmitido a todos los partidos políticos, de todos los colores**

nuestro invitado al Westin

Haber regado las redes sociales con vídeos cortos explicando lo que voy a hacer me compromete a cumplirlo



En alguna ocasión se te ha visto algo pesimista en cuanto al futuro del empleo en RTVE.

Pesimista solo si las cosas no se solucionan. Si seguimos contratando a personal externo para hacer labores que puede realizar cualquiera de los 1.500 periodistas que tiene la empresa, no habrá solución. Con mucha tristeza no me canso de repetir a mis compañeros de menos de cincuenta años que, de seguir así, no se van a jubilar en RTVE. Con los cambios que se están produciendo en la forma de consumir contenidos, hay que reaccionar sin dilación.

Has regado de vídeos las redes sociales. Vídeos cortos donde te mojas. Aunque se dice que las palabras se las lleva el viento, muchos se pueden plantear si no te arrepentirás más tarde de lo que has dicho.

Al contrario, precisamente haber regado las redes sociales con vídeos cortos explicando lo que voy a hacer es lo que me compromete. No podré decir que esto o aquello no lo dije, porque está al alcance de todo el mundo. Para mí eso es un contrato que garantizo con mi palabra.

También te has referido a la transformación digital en la empresa. ¿Tan importante es esto para una televisión?

Es esencial. La televisión no es diferente de otras empresas. Hay que transformarse, o adaptarse, para seguir adelante. Eso es precisamente lo que he hecho con los vídeos que usted antes citaba. ¿Cómo vamos a confiar la presidencia de RTVE a un analfabeto funcional en el campo digital? Eso es lo que tenemos que plantearnos. Yo solo he utilizado los medios a mi alcance para que el mensaje llegue a todo el mundo. ¿Se imagina usted a alguien en la presidencia de RTVE que no sepa lo que es una red social, una plataforma digital o no tenga firma digital? Yo tampoco.

Y que conste que no se trata tanto de saber utilizar las redes sociales como de que ese uso nos permita ver lo que se avecina, lo que yo llamo leer el futuro.

Con lo que nos dices podríamos pensar que se trata de una cuestión de vida o muerte.

Efectivamente, nos jugamos en ello la supervivencia. Tenemos que saber que ya no se ve la televisión como antes, y aún cambiará mucho más. En mi caso, si quiero ver una película que lleva en medio anuncios o promociones lo que hago es empezar a verla quince minutos después de comenzar, me voy al principio y así evito los cortes publicitarios, porque me los salto. Eso no es un descubrimiento mío, sino que lo hace casi todo el mundo.

Además, los jóvenes ya no ven la televisión, porque tienen otras plataformas a su alcance. Ven algún programa concreto como OT, MasterChef o el fútbol. Si perdemos esa audiencia nos hundiremos en menos de diez años. Por eso tenemos que luchar por adaptarnos a las nuevas preferencias de la audiencia, sobre todo de los jóvenes.



Tu empresa es acusada constantemente de manipulación. ¿Cómo vas a acabar con esa manipulación?

Yo no voy a hablar de si en RTVE se manipula o no, ni de si ahora se manipula mucho más o mucho menos que antes. Esa opinión me la guardo de momento porque nunca he hablado mal de mi empresa y no lo haré. Solo me pronunciaré sobre este tema si sus señorías me llaman al Parlamento y me piden mi opinión.

Lo que sí le puedo garantizar es que llevo la bandera de la independencia como faro de mi campaña. Bajo mi presidencia no se manipulará a favor ni en contra de nadie. Se contará lo que haya que contar de la forma más honesta. Dese cuenta de que estoy hablando de honestidad, no de objetividad, porque hay personas que piensan que la objetividad es como la felicidad, hay que buscarla constantemente y nunca se logra plenamente. Esa búsqueda me llevará a pedir a mis compañeros que, al entrar en RTVE a trabajar, dejen en un perchero imaginario sus opiniones políticas, sociales, religiosas y de cualquier tipo y las recojan a la salida al terminar su jornada laboral.

Esto que le digo a usted se lo he transmitido directamente a casi todos los partidos políticos, de un extremo a otro. Son ellos los que elegirán, entre los candidatos seleccionados por el comité de expertos, a los diez miembros del consejo de administración y a la persona que ostentará la presidencia.

Me niego a pensar que RTVE no pueda ser una empresa en la que confíen los españoles, porque somos los españoles los que pagamos el sueldo de los trabajadores de RTVE, incluido el mío, igual que la sanidad, la educación o el transporte, por ejemplo.



> Me niego a pensar que RTVE no pueda ser una empresa en la que confíen los españoles

Lo tienes difícil porque a los políticos solo les importa salir en los telediarios.

Fácil no lo tengo, esto está claro. Sobre todo si tenemos en cuenta que no me apoya ningún partico político. Claro que esa es también mi ventaja, porque si varios partidos dispares tienen que negociar la elección de un candidato entre los preseleccionados, tendrán que buscar uno independiente. No me puedo creer que un partido político vaya a apoyar a un candidato que vaya a perjudicarle porque es de otra cuerda.

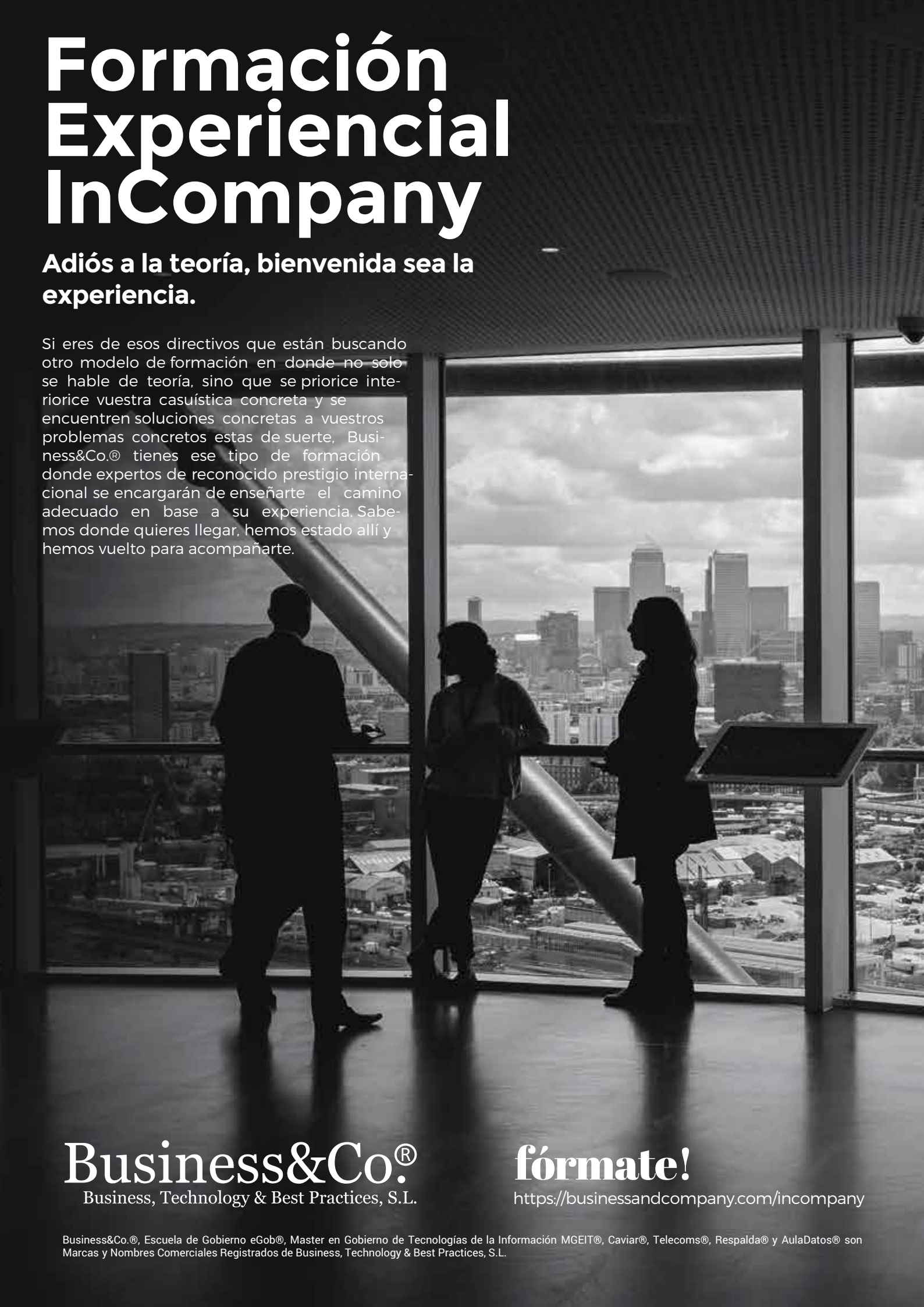
Pero también quiero señalar que RTVE no son solo los telediarios, hay varias cadenas de televisión, cinco cadenas de radio en RNE, la Orquesta y Coro, la web y la plataforma digital y mucho más. Todo eso es RTVE, no solo los telediarios.

> ¿Cómo vamos a confiar la presidencia de RTVE a un analfabeto funcional en el campo digital? Tenemos que ser capaces de leer el futuro

Formación Experiencial InCompany

Adiós a la teoría, bienvenida sea la experiencia.

Si eres de esos directivos que están buscando otro modelo de formación en donde no solo se hable de teoría, sino que se priorice interiorice vuestra casuística concreta y se encuentren soluciones concretas a vuestros problemas concretos estas de suerte, Business&Co.® tienes ese tipo de formación donde expertos de reconocido prestigio internacional se encargarán de enseñarte el camino adecuado en base a su experiencia. Sabemos donde quieres llegar, hemos estado allí y hemos vuelto para acompañarte.



Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

fórmate!
https://businessandcompany.com/incompany

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.



Marlon Molina

Es tendencia: época de videoconferencias



Entre las decenas de actividades digitales que todos hemos adoptado en tiempo de pandemia están las reuniones virtuales.

No conozco a nadie con menos de tres aplicaciones para reuniones virtuales instaladas en su equipo informático. Las empresas tecnológicas están renovando sus plataformas buscando ganarse un lugar privilegiado en las preferencias de individuos y empresas, mientras la mayoría intenta hacerse a una vida laboral de reuniones por medio de una pantalla.

Zoom in, Zoom out

Al inicio de la pandemia Zoom se disparó, no solo en descargas, también en su valorización. Ocurrió una de esas situaciones que cualquier emprendedor y empresario está esperando que ocurra: petarlo. Como si fuera poco Zoom anunció que eliminaba su restricción de tiempo a las cuentas básicas gratuitas, así que en las primeras semanas consiguió estar en la televisión, en la empresa, y en boca de todos... en la empresa, como en otros entornos se empezó a utilizar el nombre de Zoom en genérico, pasó a ser sinónimo de "reunión", básicamente "hacemos un Zoom el lunes por la mañana" era una frase normal.





Es tendencia: época de videoconferencias

El 6 de abril Computerworld publicó en la revisa CSO especializada en ciberseguridad, que Zoom tenía un problema de seguridad, y en la siguiente semana empresas y gobiernos empezaron a prohibir a sus empleados asistir a una reunión en dicha plataforma. Un ejemplo del impacto que una brecha de ciberseguridad puede causar en una plataforma, y el efecto en su reputación y la cuenta de resultados.

Zoom había descuidado la ciberseguridad en su escalada a la fama, haciendo sombra a los más grandes, como Microsoft, Google, Cisco, y Adobe. El 8 de mayo (un mes después), nuevamente se publica el giro que Zoom hizo "tirando de talonario", Zoom se hizo con la empresa Keybase, una empresa especializada en el cifrado en el intercambio de archivos.

Y Zoom volvió a escena.



Características y más características

Microsoft y Google están siguiendo la misma estrategia en dos pasos, primero incluir su plataforma en la suite de herramientas de oficina, y sumar nuevas características a la mayor brevedad posible.

Fondos virtuales, de 9 a 30 y después 49 personas en una misma reunión en pantalla. Grabación, directos, informes de asistencia, chat que se mantiene online aunque hayas salido de la reunión, y formatos nuevos de visualización. Si Google lo anuncia Microsoft lo implanta y la carrera está servida añadiendo capacidad y vida a las reuniones online, tanto que Cisco, y Adobe se han quedado casi de espectadores, si no fuera porque su apuesta había iniciado años antes y tenían suficiente para continuar con los clientes, aunque sin crecimiento.

A mediados de este mes de octubre, las actualizaciones de Google y Microsoft han provocado fallos que han hecho que mucho volvamos a recurrir a Zoom. Google ha tenido días sin capacidad para grabar, o al menos con el botón de grabar desaparecido, y Microsoft ha dejado el chat y las preguntas de los eventos en directo, que por cierto espero regresen pronto.

¿Quién ganará la batalla?

Mi apuesta es Microsoft. Desde luego la competición es una carrera un tanto injusta, entre dos titanes. Zoom con toda su popularidad no tiene la llegada que tienen los dos fabricantes de tecnología más importantes del mundo consumidor (IBM es básicamente B2B).
Incorporar las opciones de videoconferencia a las herramientas de oficina en mi opinión es un acierto en la apuesta de mercado, quizá no en ingresos, pero desde luego capturando al usuario. Esta situación es justo la que descubro cada vez que acuerdo una reunión, o tienes Google Meet o Microsoft Teams de pago, pero son menos quienes tienen otras herramientas, y la razón es porque está incluida en el paquete comercial con el que al menos gestionan el correo electrónico.
En cuanto a características, Microsoft ha llegado casi al último pero está dando mucho más, incluyendo más opciones para la visualización que las que ofrecen los demás. Con todo esto, creo que hay una razón más, y está en la educación. Google ofrece Meet gratuito para la educación, pero Microsoft aunque parezca que hace lo mismo, cierra acuerdos con las instituciones académicas, para que lo usen gratis, pero por la vía de los contratos, no por la vía de una búsqueda, la puesta en el mercado sigue siendo el rey en los negocios.



Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.

Ricard Martínez Martínez

¿Comprometernos con la privacidad?

Aunque se presuma de haber dispuesto de las más rigurosas normas sobre protección de datos, España ha sido un país de privacidad epidérmica. Hace unos años el cumplimento de la archiconocida LOPD seguía lo que podríamos definir como sistema del archivador. Se trataba de un modelo en cuatro fases



1ª Un avezado consultor organizaba una charla formativa para un determinado sector empresarial. Si era muy avezado el "plan conferencia" incorporaba dos sub-planes:

a.-Traer a algún funcionario de la Agencia Española de Protección de Datos a hacer el primo y servir de anzuelo. Sé de qué hablo, yo fui ese primo en no pocas ocasiones.

b.-Conseguir que el colegio profesional, la asociación empresarial, o la cámara local hiciera de prescriptor.

2ª Se disponía de una metodología copy-paste. Ya se sabe, vista una PYME, vistas todas.
El procedimiento esencialmente debía incluir: una inscripción de ficheros, -siempre la misma-, un documento de seguridad, -generalmente copiado de los templates de la Agencia de Protección de Datos de la Comunidad de Madrid-, una política de privacidad, y, con suerte, un modelo de contrato de encargado del tratamiento.

3ª Se rellenaban los huecos, -a veces incluso se tenía un software para ello-, y después, "a imprimir y al archivador".

4ª En caso de extrema diligencia el consultor visitaba a la empresa regularmente para inventarse algunas incidencias, y con suerte, para realizar una auditoría bienal.



Esta cultura de cumplimiento que alimentó más de una fortuna, y aligeró los bolsillos del contribuyente vía Fundación Tripartita, no sirvió para nada. Permitía disponer de un decorado, de un trampantojo de privacidad tan inútil como estéril. Añádase al cóctel el modelo de asesor "formado" por el proveedor de software y tenemos: a un colectivo de profesionales aplicando unas normas que no conocen, definiendo unos procesos que no entienden, para que sean ejecutados por un personal que no comprende nada. El resultado era singularmente poético ya que el archivador permanecía en un ángulo oscuro de un estante remoto solitario y cubierto de polvo.

Este modelo es sencillamente insostenible en la sociedad de la transformación digital. Hoy resulta ineludible definir modelos de cumplimiento desde el compromiso corporativo e individual. Por ello urge un cambio de cultura en las empresas y en el sector público. Créanme, los modelos basados en la apariencia, por mucho que se revistan de certificaciones grandilocuentes tampoco sirven. El compromiso debe desbordar lo formal para insertarse en el ADN de las organizaciones. Precisamente por esto, cuando se nos propone un conjunto de procesos incomprensibles en el que cuenta más marcar la casillita en una tabla de comprobaciones, que entender las razones de cada tarea, se abona el terreno de la resistencia al cambio. Se convierte así a



la normativa sobre privacidad en un hostil enemigo, en una carga insoportable para el negocio, para los equipos de dirección, y para cada uno de los usuarios.

Y para evitar este riesgo necesitamos de algo de incalculable valor: compromiso. Este valor debe permear en primer lugar la dirección de las organizaciones. Deben realizar el esfuerzo de poner en valor y entender el significado de la protección de datos, de identificar el valor que aporta a su actividad. En segundo lugar, es crucial identificar los distintos planos de formación y concienciación. No es lo mismo un cuadro directivo, un técnico con una responsabilidad definida, un desarrollador o el conjunto de los usuarios. El principio de protección de datos desde el diseño y por defecto se proyecta de modos muy diversos sobre cada uno de ellos, y en momentos distintos de su tarea. Pero, si este esfuerzo formativo no existe, nuestros productos y servicios presentarán taras desde su génesis y presentarán serios problemas de viabilidad jurídica y, obviamente, asumirán graves riesgos materiales susceptibles de afectar gravemente a nuestra reputación.

¿Comprometernos con la privacidad?



Debemos apostar por la privacidad en momentos muy difíciles en los que los recursos de las organizaciones se orientan a la supervivencia. Esto, nos conduce a un escenario contra-intuitivo en el que la privacidad se percibe como un gasto superfluo, o al menos secundario. Sin embargo, vivimos un momento histórico en el que resulta esencial para la transformación digital del negocio, el teletrabajo, o sencillamente para lograr un grado de virtualización que permita seguir operando y ofreciendo servicio y/o producto incluso en casos de confinamiento, abriendo además una ventana a la internacionalización.

Ello implica dedicar esfuerzos muy significativos dirigidos a poner en valor el Reglamento General de Protección de Datos y su normativa nacional. Para lograrlo la estrategia no puede consistir en la tradicional entrega de una lista interminable de obligaciones como anexo al contrato, o en los procesos de acogida e incorporación. Implica apelar a la privacidad como un valor subjetivo y ciudadano que nos mejora y enriquece como personas e incluirlo entre los valores de la propia organización.

Para nosotros, para los profesionales, el compromiso con la privacidad implica entender el imperativo ético y emocional que existe detrás de la tarea del delegado de protección de datos y del experto en seguridad y conciliarla con los objetivos que persigue la organización. Ser servidores y no servirnos, ser promotores y no stoppers. Se trata de proporcionar a la entidad, a los clientes y a los administrados un marco de cumplimiento cuyo centro pivota alrededor de la garantía de los derechos fundamentales ofreciendo un espacio seguro y confiable en el que desplegar la actividad. Significa haber entendido que el manejo de información personal de calidad asegura, a su vez, un sustrato de datos cuyo análisis y uso contribuye a tomar buenas decisiones. Por el contrario, una mala praxis multiplica exponencialmente los riesgos que se asocian al sesgo, y a la discriminación. Comporta finalmente, poner al ser humano y el respeto de su dignidad en el centro de nuestro diseño.



Formación y certificación en normas ISO

ISO 20000
Sistema de Gestión de Servicios de Tecnologías de la Información

ISO 22301
Sistema de Gestión de la Continuidad de Negocio

ISO 27000
Sistema de Gestión de Seguridad de la Información

ISO 27032
Sistema de Gestión de la Ciberseguridad

ISO 38500
Gobierno de Tecnologías de la Información

ISO 37500
Sistema de Gestión de la Externalización

Business&Co®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

fórmate!
https://escueladegobierno.es



Catalina Valencia Z.

Ftalks'20 evidencia el auge del sector foodech y la innovación alimentaria a nivel mundial



Ftalks'20, evento de referencia internacional organizado por el hub de innovación abierta especializado en alimentación KM ZERO Food Innovation Hub, ha reunido durante dos días (15 y 16 de octubre), a más de 50 reconocidos ponentes internacionales, que han debatido sobre las tendencias, la disrupción y los desafíos actuales de la alimentación y además ha contado con la participación de la industria y de las startups FoodTech más innovadoras y disruptivas del ecosistema alimentario actual.

Las jornadas se han centrado en diferentes temas como la sostenibilidad, la revolución de los robots en restauración, la carne cultivada y reinventada, la nutrición personalizada, el food service o la alimentación de las ciudades del futuro, entre otros. Toda la información expuesta, analizada y debatida de la mano de las voces más autorizadas del sector pertenecientes a empresas como Tetra Pak, Bayer, ADM, Ceylan, Vicky Foods, Logifruit Heura, Macco Robotics, Aleph Farms, Novameat o Notpla. Además, la nueva edición del evento ha sido mucho más experiencial que la anterior, y los asistentes han podido oler, tocar, probar y saborear los alimentos del futuro, a través de la Future Box (caja con productos innovadores), la Future Dinner (cena avalada por Chefs' Manifesto cumpliendo con los ODS) y el Future Market (showroom con los productos más disruptivos). La apertura del evento la ha realizado el director de KM ZERO, **Raúl Martín**, junto con el Secretario Autonómico de Innovación de la Generalitat Valenciana, **Jordi Juan**. Martín ha destacado que la inversión en agrifoodtech en el primer semestre de 2020 ha movido 8.800 millones de dólares en 798 operaciones-aunque la proyección estimada una vez completados todos los datos ascendería a 10.500 millones-según el último informe de AgFunder. En ese sentido, ha subrayado la importancia de seguir apostando por esta tendencia al alza, liderando desde Valencia la disrupción en alimentación: "consolidar Valencia como la ciudad española y europea pionera en el impulso de la innovación en el ecosistema alimentario, capaz de abordar los retos actuales y futuro y de trabajar para resolverlos, es uno de los principales objetivos de Ftalks de KM ZERO".



Ftalks'20 premia a las dos mejores startups foodtech: Agrosingularity y Plant on Demand

Ftalks'20 ha premiado a las dos mejores startups de alimentación durante la jornada del día 16 de octubre, coincidiendo con la celebración del Día Mundial de la Alimentación. La primera de ellas, **Agrosingularity**, plataforma distribuida de producción de materias primas e ingredientes en polvo, ha sido premiada en la categoría de Sostenibilidad por ofrecer una solución que genera un impacto positivo sobre las personas y el planeta. Su Co-founder & CMO, **Daniel Andreu**, ha recibido el galardón de la mano del Director de KM ZERO, Raúl Martín.

La segunda startup galardonada ha sido **Plant on Demand**, plataforma de comercio electrónico que permite una fácil digitalización para pequeños productores y minoristas locales, reconocida en la categoría de Innovación por ofrecer una solución que destaca por su innovación tecnológica y su modelo de negocio. La concejala de Innovación Económica y Emprendimiento del Ayuntamiento de Valencia, **Pilar Bernab**é, ha sido la encargada de entregarle el premio a su CEO, **Natalia Valle,** y además clausuró el evento.

Gracias al galardón, Agrosingularity y Plant on Demand tendrán acceso a mentorización personalizada y seguimiento de su negocio en diferentes áreas por parte de KM ZERO. También podrán ser presentadas a inversores y tendrán visibilidad en Fooduristic, plataforma online de contenido original creado por el hub de innovación, mediante entrevistas, participación en futuros eventos y aparición en el informe Fooduristic'21, publicación de referencia presentada en Ftalks'20.

Los 6 startups restantes participantes en el concurso - **Oscillum, Salsy, Roobin Good, Innomy, Vegaffinity y Food Stories**- han entrado a formar parte de la comunidad de KM ZERO y tendrán acceso a futuras oportunidades de networking.



Espacio de debate abierto con figuras de relevancia mundial

Una de las intervenciones más destacadas de Ftalks'20 ha sido la de **Didier Toubia**, fundador y CEO de **Aleph Farms**, startup creadora del primer "filete" de carne cultivada a partir de células animales, que durante su ponencia sobre agricultura celular ha destacado que la compañía tiene la intención de lanzar próximamente al mercado un producto de alta calidad.

Por su parte, **Giuseppe Scionti**, CEO de **Novameat**, startup creadora del primer filete de carne vegetal 3D, ha producido en directo uno de sus filetes en el escenario de Ftalks'20. Ha destacado que en 2030 el 10% de la toda la carne que se venderá en el planeta será alternativa y que por eso las grandes empresas están invirtiendo en ella, según un estudio de Barclays. Además, ha anunciado que espera que su producto esté en 20201 "en los restaurantes más selectos y en 2022 desembarcar en los supermercados de la mano de algún partner".

Por otro lado, **Víctor Martín**, fundador y CEO de **Macco Robotics**, ha abordado la revolución de los robots en restauración presentando dos perros robot que realizan funciones de camarero. Asimismo, ha anunciado que la compañía tiene previsto abrir el Macco Food Experience, un restaurante totalmente robotizado donde va a desplegar toda su tecnología y además va a estar abierto a startups y otras empresas para que puedan probarla y testarla con clientes reales.

Por último, ha destacado especialmente la participación de **Rodrigo García**, Cofundador y Co-CEO de Notpla, dedicada a la creación de packaging sostenible a partir de materiales naturales provenientes de algas, que ha mostrado a los participantes en directo su laboratorio y zona de producción ubicada en Londres.

Nuevas Certificaciones

- OKR
- Design Thinking
- Innovation Management
- User Stories
- Kanban



Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

fórmate!
https://businessandcompany.com

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. COBIT® es una Marca Registrada de ISACA

entrevista protagonista

Alejandro Blasco

Alejandro Blasco, presidente del Colegio Oficial de Ingeniería Informática de la Comunitat Valenciana (COIICV) conversa con nosotros sobre los retos a los que se ha enfrentado la institución durante este año y las oportunidades que se plantean en el futuro próximo para la profesión, las empresas del sector y los usuarios en la era post COVID.

Antes de empezar a hablar de futuro, ¿cómo valoras el año 2020 para el sector TI?

A comienzos de año, cuando se publicaban las primeras previsiones para el sector, nadie imaginaba la situación a la que deberíamos enfrentarnos ni los retos y oportunidades que surgirían de la misma. Durante estos meses, los profesionales de las Tecnologías de la Información hemos demostrado ser esenciales en la lucha contra la COVID-19 permitiendo, con nuestro esfuerzo y dedicación, la adaptación a la nueva situación de trabajo en remoto de administraciones, organizaciones y empresas. Las TI han logrado durante estos meses conectar a las personas, potenciar la colaboración, salvar negocios, ofrecer soluciones online al mundo educativo, así como dar soporte desde el punto de vista sanitario a la lucha contra la pandemia mediante aplicaciones como RADAR COVID o el uso intensivo del análisis de datos para la mejor toma de decisiones. Esta situación sobrevenida ha puesto de manifiesto que la transformación digital es imprescindible en todos los sectores y que el reto más importante al que nos enfrentamos en los próximos meses es hacerla llegar a todas las PYME para permitirles acelerar sus procesos de transformación, asegurar su propia supervivencia y proporcionarles soluciones para reinventarse en su caso. En definitiva, mi percepción es que ha sido uno de los sectores menos perjudicados y con mejores expectativas de superar con éxito la crisis económica derivada de la pandemia. A esto pueden contribuir sustancialmente los fondos europeos vinculados al plan de recuperación económica.



Como colegio profesional, ¿cómo os habéis adaptado a la situación?

A pesar de que tuvimos que aplazar nuestro evento anual y suspender las actividades presenciales, hemos sabido reinventarnos para adaptar nuestra agenda de actividades y servicios de forma remota, pero no solo eso, hemos cambiado todo nuestro modelo de gestión. Hemos apostado por un modelo flexible, innovador y disruptivo, en el que se realizan todas las gestiones preferentemente de manera virtual. Con este nuevo modelo operativo buscamos más cercanía con el colegiado, más escalabilidad, optimizar y orientar los servicios del colegio a aportar valor tanto a los colegiados como a la sociedad en general.

Sois un Colegio muy activo, ¿qué acciones tenéis en mente para los próximos meses?

Vamos a seguir potenciando la Asociación de Tecnologías de la Información de la Comunitat Valenciana – Som Digitals, iniciativa que lideramos junto a nuestros compañeros Ingenieros Técnicos en Informática de la CV, como gran espacio de representación e intercambio de experiencias y conocimiento donde nos podamos encontrar todos los profesionales TI independientemente de si su titulación permite o no pertenecer a un colegio u otro, haciéndonos eco de una realidad, la proliferación de estudios universitarios y la especialización de los masters que está dejando un colectivo muy amplio de profesionales sin representación asociativa.

Además, seguiremos colaborando con diferentes entidades, empresas y administraciones, tal y como hemos hecho durante todos estos años, para cooperar con cualquier actor de este hipersector que tenga una iniciativa, una idea, un proyecto, voluntad de sumar y de convertir la Comunitat en un polo generador de innovación y conocimiento. Te adelanto que lo más inmediato es que acabamos de incorporarnos como entidad colaboradora en la Alianza Público-Privada en Tecnologías Habilitadoras Inndromeda, colaboramos con el IV Foro de tecnología emergentes uno de los foros más importantes para desarrollar el ecosistema de las tecnologías emergentes para la industria y vamos a apoyar también iniciativas de interés para la Comunitat como el CTO Summit o el VIcTesting20.



Durante estos meses, los profesionales de las Tecnologías de la Información hemos demostrado ser esenciales en la lucha contra la COVID-19 permitiendo, con nuestro esfuerzo y dedicación, la adaptación a la nueva situación de trabajo en remoto de administraciones, organizaciones y empresas

Acabáis de celebrar la primera edición online de Semana Informática, ¿cuál es vuestra valoración?

Como te comentaba, tuvimos que posponer la edición en formato presencial prevista para finales de marzo pocos días antes de su celebración, pero a su vez, proactivamente, el Comité Organizador se puso a trabajar en una solución que nos permitiera no perder la singular de este evento ya muy asentado después de XV ediciones, caracterizado por ser un evento abierto y participativo donde todos los profesionales y organizaciones que tengan algo que aportar pudieran estar presentes, compartición de conocimiento de calidad y del estado del arte de los distintos métodos, técnicas y tecnologías, y una amplia colaboración institucional y de las empresas del sector y sus profesionales que nos permite mantenernos como punto de encuentro anual del sector.

Nuestra valoración de esta edición online es muy positiva, estamos muy satisfechos con el resultado de la edición online de SI2020, tanto por número de asistentes teniendo en cuenta la amplia oferta que hay en la actualidad de eventos, el nivel de los ponentes, y el compromiso de las empresas y entidades colaboradoras. En esta edición hemos analizado el paradigma de consumerización en el sector TIC, y cómo puede ayudar a las empresas no solo a superar esta etapa sobrevenida, sino a dar un salto hacia la excelencia.



En cuanto a los premios Sapiens y la cena posterior, broche de oro de la semana, que nos hemos visto obligados a posponer a la siguiente edición con motivo de la crisis sanitaria, tenemos el deseo y la intención de volver a celebrar Semana Informática en formato presencial en cuanto la situación lo permita.

Para acabar, ¿cómo ves el sector de las Tecnologías de la Información en la Comunitat Valenciana?

Nos encontramos en un momento en el que es esencial afrontar los problemas recurrentes del sector juntos, empresas y profesionales, visibilizando el sector que somos y que cada vez tiene una presencia más relevante en la economía valenciana. Problemas compartidos por las pymes valencianas como la atracción y retención de Ante

> **Vamos a seguir potenciando la Asociación de Tecnologías de la Información de la Comunitat Valenciana como gran espacio de representación e intercambio de experiencias y conocimiento donde nos podamos encontrar todos los profesionales TI**

entrevista protagonista



talento, la necesidad de contribuir a ajustar la formación reglada de especialistas a las necesidades del mercado, problemas de tamaño de nuestras empresas que nos permita sobrevivir y competir en un mercado cada vez más global, de aprovechar sinergias entre pares, de optimizar recursos para ser más competitivos, de disponer de una interlocución única con la administración, de participar e influir en los órganos de decisión donde se determine que proyectos tractores se presentan, cuáles se van a realizar y con qué presupuesto, de renunciar a las pequeñas vanidades en beneficio de un bien mayor.

Disponemos de un ecosistema empresarial y asociativo muy dinámico, que supone una excelente oportunidad para mejorar la productividad y posicionamiento de las empresas valencianas. El ecosistema de empresas de base tecnológica está en un momento álgido y proliferan iniciativas desde el ámbito público y privado muy reseñables.

Ante nosotros, tenemos la oportunidad de prepararnos como sociedad para dar respuesta a los retos actuales y ser capaces de hacer frente a las situaciones de incertidumbre que existen y seguirán existiendo. Debemos contribuir como colectivo a trasladar la necesidad de formar a la ciudadanía en competencias digitales, de integrar de forma definitiva el pensamiento computacional en nuestras aulas desde edades tempranas y a reducir la brecha de género y la digital. Todo esto nos permitirá avanzar como sociedad y estar mejor preparados para afrontar los retos que nos depare el futuro.

En definitiva, creo que es un momento oportuno para, desde la iniciativa privada y con apoyo de la administración, visibilizar el sector de forma única en la forma jurídica que se considere apropiada.



Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.

Víctor Almonacid

Teletrabajo y sentido común

Teletrabajo, sí, pero con sentido común. Obviamente el título está basado en la nomenclatura de nuestra Revista, siendo esta cuestión un ejemplo claro de que la tecnología es una simple herramienta, imprescindible pero instrumental en todo caso, y que el elemento que a la postre marca la diferencia entre el éxito y el no éxito, es el sentido común puesto al servicio de la implantación de los nuevos proyectos.

Nuevos y necesarios, ya que como reconoce la propia Exposición de Motivos de la Ley del trabajo a distancia, este "puede tener ventajas para la empresa, para la persona trabajadora e incluso para la sociedad. Es una forma de trabajo que supone un ahorro de tiempo, que puede contribuir a la lucha contra la contaminación y que puede tener virtualidad incluso para revitalizar los núcleos de población rural". Por tanto, el teletrabajo es, qué duda cabe, un avance positivo en el ámbito de las relaciones laborales, imprescindible y connatural a la llamada Cuarta Revolución Industrial.



Teletrabajo y sentido común

Sin embargo, curiosamente, si hablamos de la imagen social del teletrabajo tenemos que mucha gente piensa que es lo que hemos tenido que hacer, forzosamente, por culpa de la pandemia, asumiendo con naturalidad que en un escenario de normalidad (o "nueva normalidad") debería desaparecer. Más gente todavía, en realidad un porcentaje cercano al 100%, piensa que teletrabajo equivale a trabajar desde casa, sin caer en la cuenta de que, una vez se disponen de los medios telemáticos precisos, uno puede trabajar prácticamente desde cualquier lugar (teletrabajo significa, etimológicamente, trabajo "a distancia"). Eso sí, siempre que tenga conexión.





https://tecnologiaysentidocomun.com



Precisamente este es uno de los temas estrella que plantea el teletrabajo, el necesario equilibrio entre conexión y desconexión. Ambos conceptos, semánticamente opuestos, son en el fondo dos caras de la misma moneda: el teletrabajador tiene derecho a estar conectado (¿cómo podría trabajar si no?), y al mismo tiempo tiene derecho a no estar conectado, un derecho que además es fundamental, pues no en vano la Constitución, en su art. 18.4, dispone: "La ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos". En la misma línea encontramos la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, donde la conexión es un derecho de todas las personas (art. 81), y la desconexión también lo es, al menos, en relación a los trabajadores (art. 88).

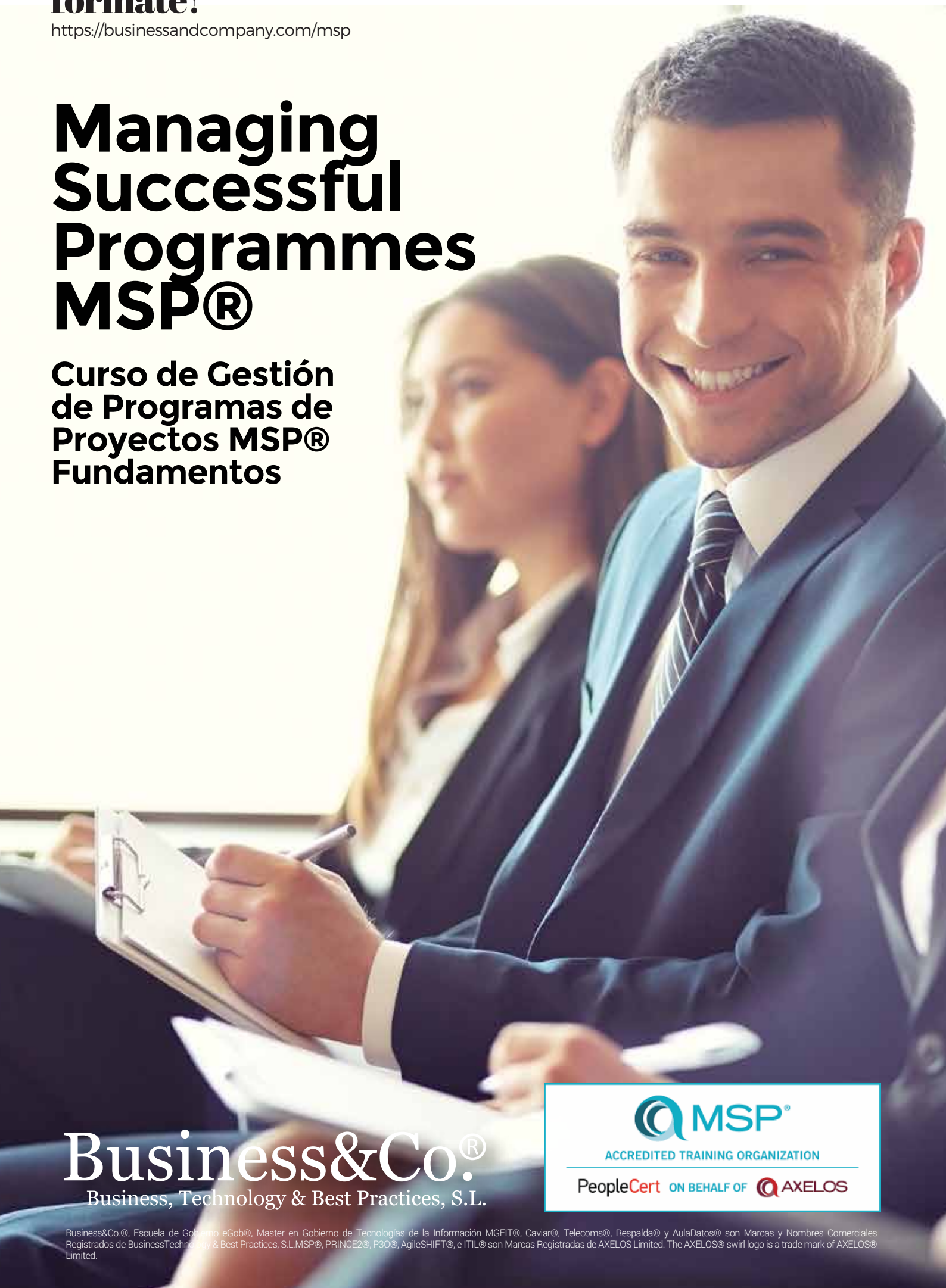
Lo cierto es que las problemáticas que presenta el teletrabajo, tanto desde el punto de vista técnico, como jurídico, como funcional, han saltado a la palestra por el efecto trampolín de una pandemia que, nos guste o no, prácticamente nos obliga a ser telemáticos. Cuestiones como el citado derecho de desconexión, la dotación de los medios precisos, la conciliación, la prevención de riesgos laborales, o el trabajo por objetivos (frente a la realización estricta de un horario), deberán resolverse a través de una mejora organizativa y funcional, de normas como la citada Ley del trabajo a distancia o la modificación del Estatuto del Empleado Público, y también de la tecnología... Pero sobre todo del sentido común.

fórmate!

https://businessandcompany.com/msp

Managing Successful Programmes MSP®

Curso de Gestión de Programas de Proyectos MSP® Fundamentos



Business&Co.®

Business, Technology & Best Practices, S.L.

MSP®

ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION

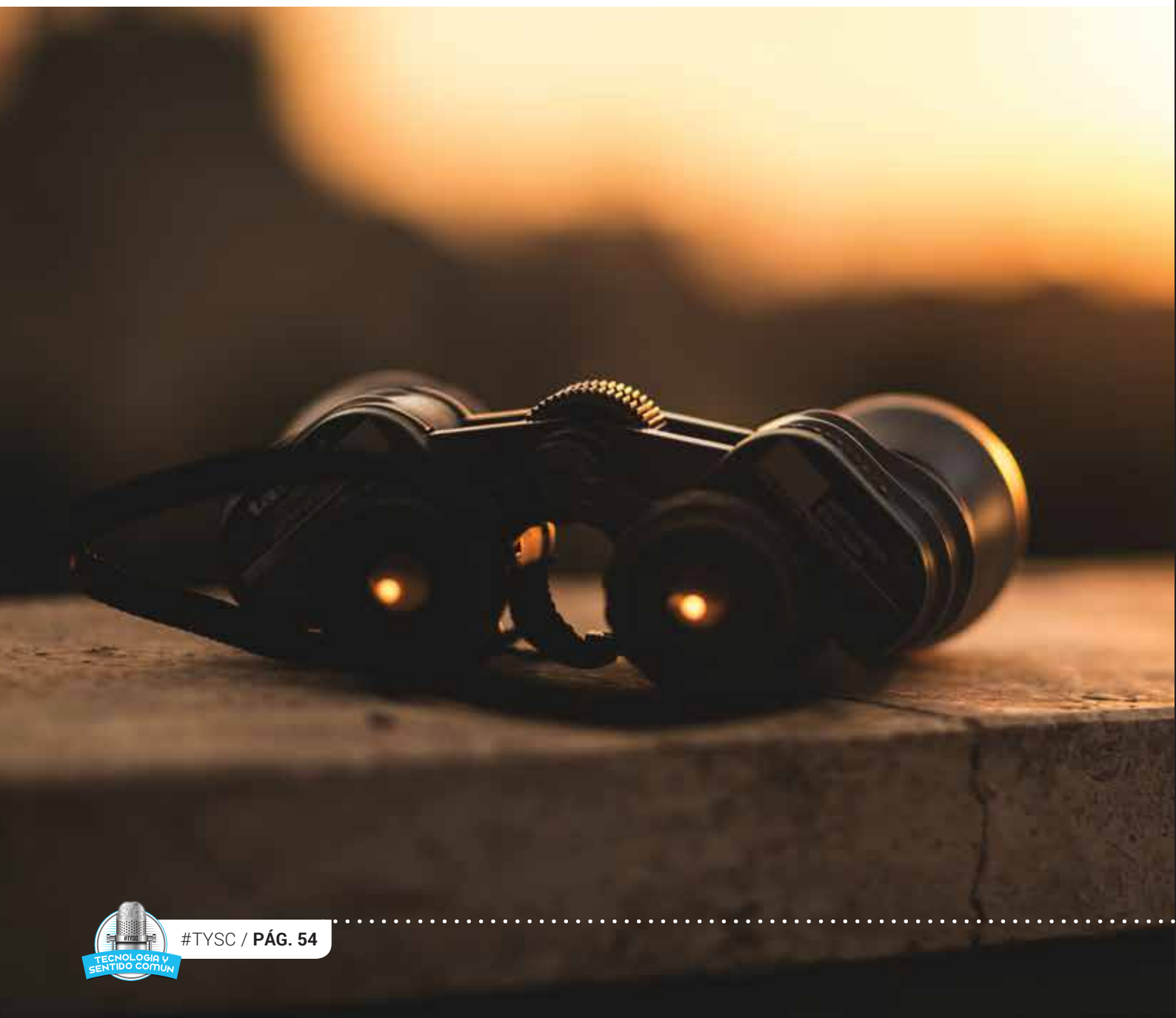
PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de BusinessTechnology & Best Practices, S.L.MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT®, e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited.

Shirley Aristondo

Cibercoherencia y Cibercolaboración

Frente a la pandemia, todos somos ahora parte de una generación que ha vivido un gran evento disruptivo, el cisne negro que no se previó, el cambio que definió una nueva normalidad. No importa la etiqueta de lo que aun vivimos, lo importante es que cada uno podrá compartir una experiencia sea desde la perspectiva personal o profesional. Hoy quisiera compartir con ustedes una lectura que he agrupado en cuatro fases asociadas a la pandemia y cómo cada una de ellas describe ciertas condiciones que también vivimos frente a la gestión de riesgos y la cultura de ciberseguridad en la empresa.



Ciberresiliencia y Cibercolaboración



Días antes de que la pandemia fuera confirmada en la región se podía sentir en la atmósfera el inicio de la incertidumbre; y como es usual, la opinión que cada empresa e individuo empezó a forjar sobre la existencia del virus y su impacto cobró diversas posturas de riesgo. Cuando la llegada del virus se hizo más real y los canales internacionales de noticias emitían notas sobre cómo la propagación empezaba a extenderse fuera de Asia-Europa, aplicar medidas de cuarentena sonaban drásticas y difíciles de asimilar. Fuimos escépticos. ¡Calles vacías! ¿Cuarentena¡? ¡Vamos!

(FASE 1): POSTURA ESCÉPTICA DE LAS EMPRESAS FRENTE A LOS RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD.

Entonces llegó ese día en el que cada uno de nosotros, en diversos momentos y desde diversas ubicaciones (países) en la región, conocíamos del caso 0. Escuchábamos a nuestros mandatarios / presidente y poníamos atención a las medidas que cada uno definía como apropiado: cierre de aeropuertos, cuarentena en casa, uso de mascarillas, entre otros. Vivimos un acelerado diseño de planes de emergencia. Y cada país demostró que el nivel de preparación jugó un rol importante en la capacidad de adaptación al cambio.

(FASE 2): RESILIENCIA Y CAPACIDAD DE CIBERSEGURIDAD.

Ante la inminente e innegable cuarentena, los primeros días escuchamos las pautas de cuidado de manera clara y sencilla: estar en casa, tomar precauciones, lavarse las manos. Voluntad y compromiso para las nuevas reglas. Era indiscutible que todos debíamos colaborar, era para el bien común, para el bien de todos. Por lo menos los primeros días. Y cosas memorables pasaron: todos éramos conscientes del riesgo y la adopción de las medidas fueron tomadas con creatividad y gran efectividad.

(FASE 3): LA ORGANIZACIÓN SE COMPROMETE.

Entonces, a medida que los días pasaron, se trazaron hojas de ruta para la reactivación de actividades en cada país, pero las personas debilitaron su postura frente a las medidas. Un fenómeno interesante empezó a surgir. Las pautas de protección empezaron a ser evaluadas y los comportamientos empezaron a cambiar. Tomemos un ejemplo concreto. El virus existe, es real y el impacto es innegable. No obstante, todos hemos pasado por esa pregunta tentadora de si debemos seguir usando mascarilla para salir o no. ¿Tomaste el riesgo? ¿Qué decidiste? Cualquiera sea la respuesta, lo maravilloso es que este proceso expuso como nuestras decisiones individuales tuvieron impacto en el hogar o comunidad. Y que la postura frente al riesgo tuvo un impacto de valor en la estrategia de sanidad y protección de tu localidad.

¿Y en las empresas? Bueno, la pregunta rondó sobre ¿cuántas medidas de seguridad debían brindar para el retorno? La respuesta: están las que adoptaron medidas de manera proactiva, las que adoptaron medidas en cumplimiento con la ley y un poco más, las que solo habilitaron lo que la ley exigía, los que interpretaron la ley con diversos matices grises y finalmente las que decidieron trasladar el riesgo.

(FASE 4): POSTURAS SEPARADAS GENERAN CONFLICTOS Y AUMENTAN LA PROBABILIDAD DE OCURRENCIA DE LOS CIBER RIESGOS.



Las cuatro fases descritas, tienen muchos elementos sobre los cuales podemos desarrollar aprendizajes en relación con las estrategias de gestión de riesgo y ciberseguridad. Y lo más interesante es que la cadencia y orden en la que se han presentado es única. El principal aprendizaje es que el esfuerzo que desarrollamos las áreas especialistas solo tendrá éxito si el C-Level muestra coherencia, un enfoque colaborativo de compromiso.

En la ciberseguridad creo que todos buscamos estar en la fase 3 de manera continua. El nirvana de los CISO. Pero el terreno empresarial que vivimos es un amplio pareto compuesto por diversos escenarios de "fase 1", "fase 4" o los híbridos entre ambas. Escepticismo y negación de a pesar de las estadísticas, webminars, instancias, comités o mesas de trabajo. Y en fase 04, la interpretación particular que hacen las empresas sobre propuestas transitorias.

No pretendo disertar sobre los marcos, estrategias, herramientas o uso de enfoques que han sido diseñados para llegar a la fase 3 en la implementación de la cultura de ciberseguridad (el éxito de estas va directamente relacionadas a la preparación de los equipos de seguridad y al constante proceso de evangelización que realizamos. Y sin dudar existen casos de éxito) Sin embargo, para aquellas empresas que no están en el estadio de la fase tres, no parece coherente que el C-Level mantenga una postura adversa a la que busca proteger los activos de información. Es primordial que C-Level tenga un enfoque colaborativo frente a la cultura de la ciberseguridad.

Sobre la fase 2, seré breve. En ciberseguridad, su desarrollo se da en escenarios de crisis. Lo que asombra de esta fase, es que las empresas esperan niveles de continuidad y ciber resiliencia que no construyeron previamente. La eficiencia de estos planes está en relación directa con la preparación, diseño e inversión que la empresa haya decidido tomar. Si no se habilitaron recursos y la empresa se transformó sin incorporar la gestión de riesgo de ciberseguridad, el impacto será inminente. Es primordial que C-Level tenga un enfoque coherente frente a lo que autorizó construir como estrategia de soporte.

Ambas condiciones de voluntad, que denomino ciber coherencia y ciber colaboración del CLevel frente a la cultura de ciberseguridad son las piezas que darán sentido y éxito a los programas de ciberseguridad. Así como frente a la pandemia, la postura coherente y colaborativa que cada uno de nosotros tenemos nos acercará a llegar al nivel de protección que requerimos.

fórmate!

https://businessandcompany.com/agileshift

Provoque el Cambio Ágil

Agilidad en todos los niveles de responsabilidad de la organización



Business&Co.®

Business, Technology & Best Practices, S.L.

AgileSHIFT®

ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION

PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT® e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited.

Pedro Robledo

¡Toca crear el plan estratégico de procesos para el 2021!

Las organizaciones en este cuarto trimestre del 2020, estarán planificando los objetivos estratégicos globales para el 2021. Siguiendo la **metodología de Peter Drucker** (Management by Objectives), la Dirección de la organización planteará una serie de objetivos estratégicos anuales determinando los ejes estratégicos a seguir y una planificación general marcando el camino para la consecución de esos objetivos.

Según Michele Cantara, en su artículo "Start up your Business Process Competency Center", **solamente el 13% de las organizaciones cumple con sus objetivos estratégicos anuales**. Cabe pensar que si nuestra organización está entre el 87% que no cumple los objetivos que marcamos anualmente, urge tomar acciones concretas para conseguir en el 2021 los retos que busquemos.

Con toda seguridad para el cumplimiento de los objetivos estratégicos en cada ciclo anual, será necesario realizar innovaciones, cambios de mejora, o incluso, en algunos casos transformaciones disruptivas por la creciente digitalización o transformación digital de la organización. Si cambiasen valores concretos de la organización, se debería llevar a cabo una gestión del cambio de la cultura de la organización, que suele ser el freno de muchas iniciativas que terminan fracasando.

Lo que sí es necesario en cualquier situación, es la revisión de los procesos de negocio para simplificarlos (mejora y optimización) y que respondan a los cambios que sean requeridos para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.





Desafortunadamente, muy pocas empresas tienen definida una **Arquitectura Empresarial**, que facilite trasladar los objetivos estratégicos a toda la Organización, no solamente a los empleados, sino también a los procesos y las tecnologías de la información, que van a ser los activos que se requieran para la consecución de los retos y la supervivencia de las empresas. Si nadie pensaría en construir una casa sin los planos de un arquitecto, debemos preguntarnos cómo y por qué vamos a ciegas en el mundo empresarial sin conocer y estudiar los impactos de cualquier cambio que se quiera realizar en una organización. Con las tres capas de la arquitectura empresarial, capa estratégica, capa de negocio (organización y procesos) y capa de tecnologías de información (aplicaciones, datos e infraestructura), podemos gestionar los impactos que conlleven cualquier cambio en alguna de esas capas

Las buenas prácticas que proporcionamos desde la Asociación Internacional de Profesionales de la disciplina de Gestión Por Procesos (ABPMP International), de cuyo capítulo en España presido, orientan a las organizaciones en la **necesidad de comprender las estrategias y los objetivos de la organización para garantizar que exista un alineamiento de los procesos de negocio, de las personas y de los sistemas**, que conlleve al éxito empresarial mediante la consecución de las metas anuales. Por lo que será necesario, definir un **Plan Estratégico de Procesos**, alineado a la estrategia empresarial, que identifique y alinee con los objetivos de los clientes, determinado el foco adecuado para responder a la propuesta de valor de la organización, marcando roles, responsabilidades, sponsors, recursos y un calendario de ejecución..

Para definir el Plan Estratégico Anual de Procesos, se recomienda el siguiente decálogo de buenas prácticas:

1. **Extraer impulsores de valor estratégico de la estrategia de la organización**, mediante la utilización de un cuadro de mando integral siguiendo la metodología de Balanced ScoreCard de Norton y Kaplan, para comprender el foco estratégico necesario para conseguir el desempeño buscado. Mediante este análisis conoceremos las prioridades de negocio, los ejes estratégicos a seguir reflejados en objetivos, los logros operativos que hacen que cada objetivo suceda, y los procesos que deben intervenir para la consecución de esos logros.

2. **Identificar el 20% de los procesos de negocio de alto impacto y con un alto potencial de oportunidades**. Conociendo la cadena de valor de la organización, y mediante una traducción de la cadena de valor en un Mapa de Procesos de la Organización, tendremos identificados los procesos macro que constituyen los procesos estratégicos, los procesos principales (core) y los procesos de soporte. No es necesario tener modelados todos los procesos (llegará el momento que lo estén según se vaya madurando en la orientación por procesos). Sí que tenemos que conocer el peso de impacto de cada proceso competitivo y su peso de impulsor de valor para analizar la importancia del proceso para la consecución de los logros de valor necesarios para el cumplimiento estratégico. Aplicando la metodología de Pareto, comprenderemos que con el 20% de los procesos podemos conseguir el impacto necesario para el cumplimiento estratégico

3. **Conocer las líneas de actuación para subir niveles de Madurez de la organización en la Orientación por Procesos**. Aplicando un Modelo de Madurez de Gestión Por Procesos (BPMM -Business Process Maturity Model) se analizan las competencias que tiene la organización en la Gestión POR Procesos (BPM) bajo diferentes pilares: Procesos (se están modelando los procesos en BPMN, se realizan análisis cualitativos y cuantitativos, se automatizan…), Métodos (se están adoptando metodologías formales BPM), Estrategia (se están alineando los procesos a la estrategia empresarial), Tecnologías (se están aplicando tecnologías BPM en las diferentes etapas del ciclo de vida de BPM de un proceso), Personas (se está proporcionando conocimientos y competencias transformacionales, operacionales y técnicas a los recursos humanos de la organización), Gobierno (se ha definido un equipo BPM o Centro de Excelencia BPM marcando las normas y guías para el buen uso de las buenas prácticas de la Gestión Por Procesos), y Cultura (se está consiguiendo que la cultura de la organización se oriente hacia la gestión por procesos).

4. **Se evalúa la Madurez de cada proceso foco y la capacidad de transformación de la organización**. Mediante el uso del modelo de Michael Hammer, PEMM (Process and Enterprise Maturity Model) que definió en su artículo "The Process Audit" para Harvard Business Review, podemos analizar la madurez de un proceso y la capacidad de mejorarlo relacionándolo con la capacidad que tiene una organización de transformarse. Mediante el análisis de madurez de un proceso nos enfocamos en cómo mejorar el rendimiento de un proceso, y mediante el análisis del enfoque empresarial, el foco es conocer cómo capacitar a la organización para realizar con éxito una transformación empresarial basada en procesos.

5. **Identificar los cambios potenciales a realizar en un proceso mediante un Análisis GAP**. Mediante un análisis GAP del proceso AS-IS (tal como es actualmente), habiendo monitorizado el proceso para tener métricas y KPIs, habrá que plantearse qué posibilidades de optimización podría aplicar que aporte una mayor eficacia, eficiencia y productividad que responda a la Visión de cada proceso. Con tal fin se realizan análisis cualitativos del proceso para identificar ineficiencias potenciales (y sus causas) en el proceso (análisis de valor agregado, análisis de desperdicio, registro de problemas y análisis de causa raíz), y análisis cuantitativos del proceso que proporciona estimaciones de cómo mejorará de manera mensurable el desempeño del proceso (análisis de flujo, teoría de colas o simulación de procesos). Con la identificación de diferentes escenarios de mejora no es suficiente, se necesita simular los procesos para conocer cómo se comportarán esas mejoras para tener evidencias contrastadas que justifiquen ese potencial cambio.

6. **Realizar un Análisis de Inhibidores al Cambio y posibles Riesgos.** Para que prospere cualquier iniciativa de procesos es necesario conocer los posibles obstáculos que nos podemos encontrar a la hora de implantar el cambio. No solo posibles resistencias de algunas de las partes interesadas, sino circunstancias concretas por actualización de software, necesidad de implantar máquinas hardware, eventos externos, legislación nueva a implantar, posibles riesgos que haya que controlar… Por tanto, será necesario evaluar los inhibidores y definir mediante una Evaluación de Riesgos, un plan concreto de mitigación de riesgos, para tener controlada lo máximo posible la incertidumbre alrededor de las iniciativas de procesos.

7. **Analizar el Retorno de la Inversión (ROI) de las potenciales iniciativas de procesos.** Cualquier proceso se puede mejorar y optimizar, pero solamente es necesario realizar cambios en un proceso si está justificado. Para ello, habrá que estudiar qué aporta ese cambio en el proceso a los objetivos estratégicos que estoy buscando. Si no hay evidencias claras, puede que ahora no sea el momento. Puede ocurrir que no haya una evidencia directa, pero sí una indirecta, porque el cambio en un proceso puede impactar en otros procesos que sí contribuyan claramente a la consecución de un objetivo estratégico. Pero no quedarnos solo en conocer si aporta o no, hay que conocer qué beneficios proporciona (cualitativos y cuantitativos) traducidos en términos económicos para poder conocer el retorno de la inversión que vamos a aplicar en esa mejora u optimización de cada proceso.

8. **Tomar decisiones de las iniciativas de procesos a implantar.** Con todos los análisis realizados ya se dispone de suficientes evidencias para tomar correctas decisiones que faciliten el cumplimiento estratégico. Para ello, será necesario trasladar en el mapa estratégico, definido con la metodología Balanced ScoreCard, los resultados simulados para ver cómo mediante un análisis de previsiones (forecasting) las diferentes iniciativas se comportarán hipotéticamente. Los directivos de la organización tendrán que seleccionar las iniciativas que mejor respalden los retos a conseguir.

9. **Definir Planes que respalden el alcance y la profundidad de los cambios a realizar en los procesos en una línea temporal.** No se debe considerar una iniciativa de procesos como un proyecto tecnológico, porque será en la mayoría de los casos un fracaso. Será necesario definir al menos un Plan de Capacitación, un Plan de Gestión de Cambios, un Plan del Proyecto, un Plan de los Cambios Tecnológicos y un Plan de Obtención de Beneficios, que faciliten la consecución de las iniciativas innovadoras en los procesos seleccionados.

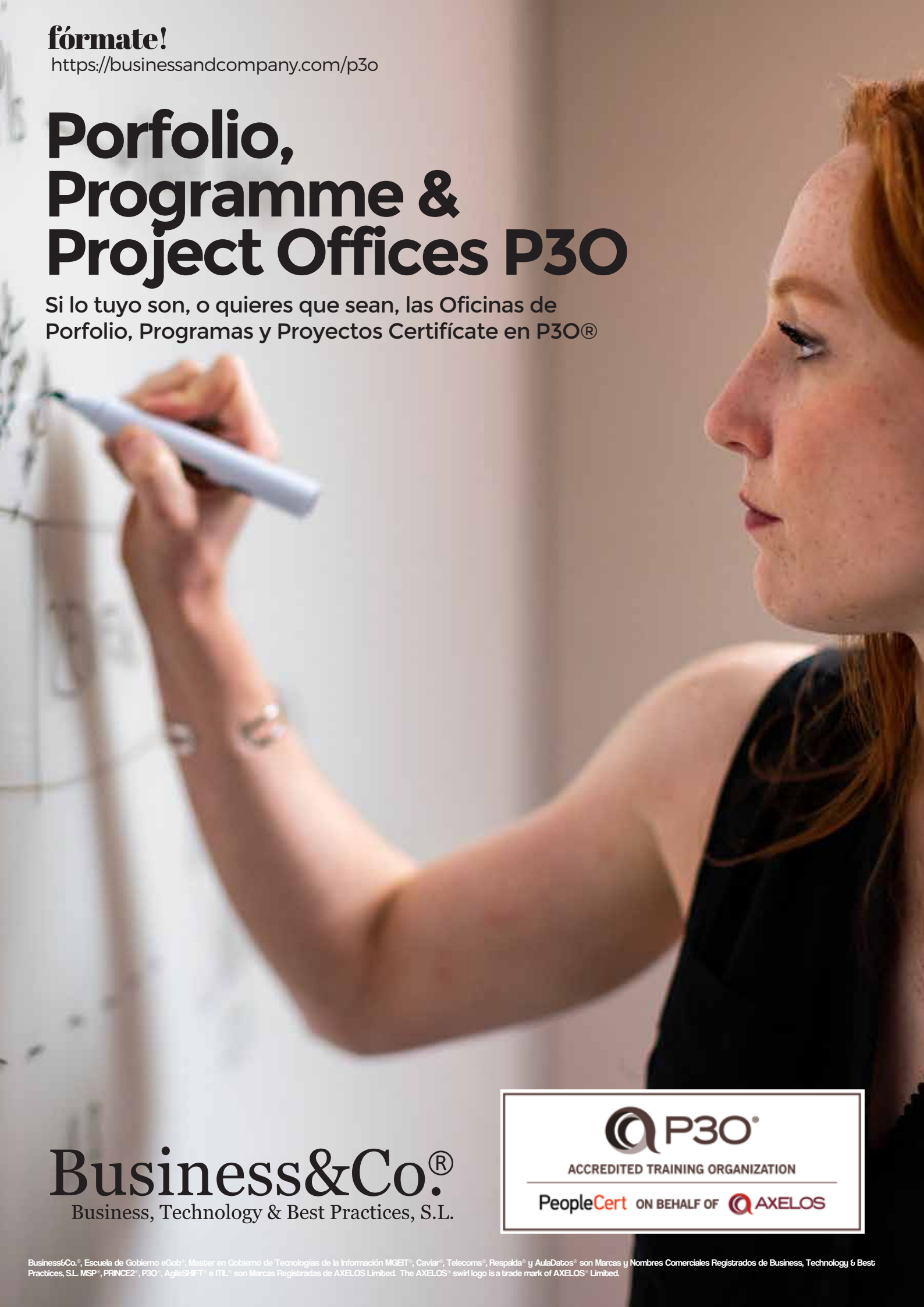
10. **Definir Cronograma Anual que defina la Hoja de Ruta anual de las mejoras de procesos a implementar. F**ijar un calendario realista de ejecución que deberá ser definido con hitos concretos buscando la motivación de los participantes y que faciliten la comunicación continua en la organización que ayude a impulsar la Gestión Por Procesos. Se deberá detallar de manera muy concreta el primer trimestre del 2021, y los tres siguientes trimestres a alto nivel. Procediendo a detallar concretamente cada trimestre durante el trimestre anterior para poder recoger cualquier desviación necesaria para tener la flexibilidad que se requiera.

Las organizaciones no pueden carecer de un Plan Estratégico Anual de Procesos para el cumplimiento de los objetivos estratégicos que se marquen anualmente. No basta con conocer los retos que queremos conseguir si no hay un plan de acción, porque quedarán en deseos y no en objetivos realizables.

fórmate!
https://businessandcompany.com/p3o

Porfolio, Programme & Project Offices P3O

Si lo tuyo son, o quieres que sean, las Oficinas de Porfolio, Programas y Proyectos Certifícate en P3O®



Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

P3O®
ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION
PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. MSP®, PRINCE2®, P3O®, AgileSHIFT® e ITIL® son Marcas Registradas de AXELOS Limited. The AXELOS® swirl logo is a trade mark of AXELOS® Limited.

Javier Peris

El Modelo VeriSM

Hoy me gustaría dar a conocer el Modelo de Gestión del Servicio de la Era Digital VeriSM™ de IFDC Global, un Modelo de Gestión que según mi opinión no ha tenido la acogida que merece por no haber sido adecuadamente divulgado al menos en nuestro país.

Gestión del Servicio para Departamentos no Tecnológicos

Analicemos con profundidad VeriSM™, un modelo de Gestión que no viene a sustituir a nadie, sino más bien al contrario, viene a servir de amalgama, de pegamento al conjunto de normas y estándares existentes permitiendo una adecuada Gestión del Servicio en la Era Digital, pero ojo en toda la organización, no solo en tecnología como estábamos acostumbrados con otras buenas Prácticas como ITIL.

Según el modelo VeriSM™ el "Resultado" es la percepción final de la interacción del consumidor con un producto o servicio, es decir, el resultado final de todas las interacciones que un determinado cliente ha tenido con ese producto o servicio, incluyendo no solo el soporte sino también la Gestión Comercial, Proceso de Contratación, Facturación, etc. Aspectos que en alguna medida quedaban o quedan fuera del concepto de Servicios de Tecnologías de la Información hasta el momento.



Si quieres preparar a toda la organización para la Era Digital recomienda VeriSM™

Y es importante matizar que VeriSM™ no es Gestión de Servicios de Tecnologías de la Información, VeriSM™ es Gestión del Servicio, con mayúsculas, y en ella no solo se ven involucrados los departamentos de tecnologías de la información sino





El Modelo VeriSM

también otros departamentos como Ventas, Compras, Marketing, Recursos Humanos, Producción porque de lo que se trata es de crear una verdadera cultura del servicio más allá de ti y que gracias al aporte de ti embuelva a toda la organización.

Para tal fin es muy importante que la organización cuente con personas adecuadamente formadas y motivadas que sean capaces de entender el servicio de principio a fin con el foco puesto en el cliente en todo omento y para ello VeriSM™ hace un esfuerzo y pone el énfasis en explicar al conjunto de la organización a través de sus distintas certificaciones del conjunto de tecnologías disponibles así como de las Practicas Progresivas mas adecuadas que pueden ayudar a la organización a enfrentarse a los retos y oportunidades de la Era Digital. Esto nos permitirá establecer un entendimiento común entre todos los interesados sirviendo de línea de base de conocimientos



VeriSM™ forma en tecnología al resto de los departamentos de la organización

El Profesional "I" mayúscula que predominaba en el principio del siglo 21 debe evolucionar si quiere aportar realmente valor en la organización del presente, aquellos profesionales denominados "I" mayúscula porque tenían una gran profundidad de conocimientos en un área determinada deben reciclarse con urgencia, y aquellos que concentraban su profundidad de conocimiento en tan solo dos áreas también dejaran de ser útiles a corto plazo. En la Transformación Digital de las Organizaciones se requieren profesionales denominados "T" mayúscula, es decir que tienen un gran conocimiento generalista, fundamental, u horizontal de distintas metodologías, de distintas áreas de la compañía, y de diversas áreas de interes, y luego logran una profundidad de conocimiento importante en un área concreta.
Estos profesionales son capaces de empatizar, crear sinergias entre departamentos, aportar nuevos enfoques y ayudar a pensar desde "fuera de la caja" a sus compañeros de organización permitiendo no solo una optimización digital sino también la transformación o incluso capaces de provocar la disrupción digital en mercados o sectores tradicionales.

Inteligencia Emocional como motor del cambio

Además de esta habilidad en VeriSM™ se profundiza en la importancia de la Inteligencia Emocional como motor del cambio, la cual hay que cultivar y potenciar en todos y cada uno de las personas involucradas en la Gestión del Servicio.
Dicha Inteligencia Emocional se define por cuatro habilidades divididas por dos competencias: La Competencia Personal y la Competencia Social.
Respecto de la Competencia Personal se tendrán en cuenta dos capacidades, la Autoconciencia y la Autogestión. La Autoconciencia es la capacidad de percibir tus propias emociones y tendencias. La habilidad clave asociada es la capacidad de comprender tus propias motivaciones y La Autogestión se basa en la autoconciencia, y es lo que haces, o no haces, en respuesta a una situación. La habilidad clave asociada es la habilidad de poner en espera las propias necesidades y manejar las propias reacciones emocionales
Respecto de la Competencia Social se tendrán en cuenta también dos capacidades, la Consciencia Social y la Gestión de las Relaciones. La Conciencia Social es la capacidad de detectar las emociones de los demás y entenderlas. Las habilidades clave aquí son escuchar y observar y la Gestión de Relaciones es la capacidad de utilizar su propia conciencia de sus propias emociones y las de los demás para gestionar las interacciones con éxito. Esto requiere las habilidades clave de comunicación y manejo de conflictos.

Prepara tu organización para la Era Digital con VeriSM™

Como se puede comprobar VeriSM™ ayuda también a la organización a conocer, entender, aspectos importantes del Cambio Organizacional, una de las asignaturas pendientes de los departamentos de tecnologías de la información causante en muchas ocasiones de problemas o fracasos de proyectos o servicios que, gestionados del lado de las emociones probablemente hubieran logrado un éxito
Seguro que sin esforzarte mucho te viene alguno a la mente, ¿Verdad?

más información en:
https://javierperis.com/verism

El Modelo de Gestión del Servicio de la Era Digital VeriSM™ Fundamentos

¿Ya comercializas servicios o todavía vendes productos?



Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.

Jesús P. López Pelaz

El software espía en el Código Penal



Muchas de las conductas delictivas que se realizan en el entorno telemático van dirigidas a lograr la obtención de información reservada de las empresas o de las personas. En ese marco se encuadran los diferentes delitos de revelación de secretos que en muchos supuestos se llevana cabo mediante la utilización de algún tipo de software espía o ciberespionaje que permite acceder a los datos informáticos secretos almacenados en un soporte conectado a la red, ya sea su teléfono smartphone, bases de datos en servidores, cuentas de redes sociales o cuentas bancarias.

Nuestro Código Penal, después de las últimas modificaciones, dedica especial interés a la represión de los delitos desarrollados en el ámbito electrónico. El art. 197 ter regula la creación de programas informático maliciosos que facilitan el ciberespionaje. La conducta típica viene definida por los verbos producir, adquirir para su uso, importar o de cualquier modo facilitar a tercero, las herramientas o instrumentos que se relacionan en los apartados a) y b) del mismo precepto. Por tanto los comportamientos objeto de sanción se encuentran definidos de una forma abierta que incluye tanto la elaboración para uso propio, o para distribución a terceros, como la importación, la adquisición y en consecuencia la ulterior posesión.





No obstante la posibilidad de actuar penalmente ante dichos comportamientos, se encuentra acotada por dos elementos.

El primero de ellos, la falta de autorización para su elaboración, adquisición o facilitación a terceros y el segundo, de carácter teleológico, al exigirse que dichas acciones estén orientadas a facilitar la comisión de alguno de los delitos a que se refieren los apartados 1 y 2 del art. 197 o el art. 197 bis.

En realidad ambos elementos son complementarios y responden a una preocupación de la que se deja constancia de forma específica en la propia Directiva europea 2013/40/UE de la que se deriva este artículo para perseguir el ciberespionaje. Muchas de las herramientas o instrumentos susceptibles de ser empleadas para cometer estos hechos ilícitos pueden haber sido creadas y comercializadas para su uso con objetivos legítimos e incluso necesarios, como los de auditar la seguridad de los sistemas, programas o aplicaciones, detectar vulnerabilidades, garantizar la solidez o fiabilidad de contraseñas o sistemas de seguridad etc.

Por una parte que quien así actúa no esté autorizado para ello, bien sea legalmente o porque se le haya encomendado dicha responsabilidad por quien tenga capacidad para ello en el marco concreto de la actividad de que se trate. Pero además ha de actuarse con la finalidad específica de facilitar la comisión de un delito de los indicados en el precepto, circunstancia que habrá de acreditarse en cada supuesto, atendiendo a los elementos, pruebas o indicios existentes.

En el caso de un software como el suyo, toda la orientación, publicidad, comercialización y utilidad legitima es la que debe ser explicada en caso de cuestionarse si la creación y puesta a disposición del software estaba orientada a facilitar la comisión de alguno de estos delitos.



La pena prevista para quien concurra en el delito del 197.ter es una multa de seis a dos años. La multa se calcula asignando un valor económico a cada día y multiplicándolo por la duración de la condena. Así, si se establece un valor día de (por ejemplo) 10 euros y una condena de un año, el importe será de 365x10= 3650euros.

Es por esto que no se puede fijar cual es el importe máximo que puede resultar la condena si no que depende de aspectos como la capacidad económica del condenado por el ciberespionaje. Además de la multa debe tenerse en cuenta que la condena por la comisión de este delito puede llevar aparejada además la obligación de reparar el caño causa a través de la responsabilidad civil derivada del delito.



Por otro lado también cabe que se impongan a la persona jurídica las siguientes condenas:

b) Disolución de la persona jurídica. La disolución producirá la pérdida definitiva de su personalidad jurídica, así como la de su capacidad de actuar de cualquier modo en el tráfico jurídico, o llevar a cabo cualquier clase de actividad, aunque sea lícita.

c) Suspensión de sus actividades por un plazo que no podrá exceder de cinco años.

d) Clausura de sus locales y establecimientos por un plazo que no podrá exceder de cinco años.

e) Prohibición de realizar en el futuro las actividades en cuyo ejercicio se haya cometido, favorecido o encubierto el delito. Esta prohibición podrá ser temporal o definitiva. Si fuere temporal, el plazo no podrá exceder de quince años.

f) Inhabilitación para obtener subvenciones y ayudas públicas, para contratar con el sector público y para gozar de beneficios e incentivos fiscales o de la Seguridad Social, por un plazo que no podrá exceder de quince años.

g) Intervención judicial para salvaguardar los derechos de los trabajadores o de los acreedores por el tiempo que se estime necesario, que no podrá exceder de cinco años. La intervención podrá afectar a la totalidad de la organización o limitarse a alguna de sus instalaciones, secciones o unidades de negocio dependiendo de cómo se determine en la sentencia que se ha venido a cometer el delito.

El Juez o Tribunal determinará exactamente el contenido de la intervención y determinará quién se hará cargo de la intervención y en qué plazos deberá realizar informes de seguimiento para el órgano judicial para asegurar que ésta sea efectiva para garantizar que no vuelva a colaborarse en actividades de ciberespionaje. La intervención se podrá modificar o suspender en todo momento previo informe del interventor y del Ministerio Fiscal. El interventor tendrá derecho a acceder a todas las instalaciones y locales de la empresa o persona jurídica y a recibir toda la información que sea necesaria para el ejercicio de sus funciones.

La clausura temporal de los locales o establecimientos, la suspensión de las actividades sociales y la intervención judicial podrán ser cordadas también por el Juez Instructor como medida cautelar durante la instrucción de la causa.

Entre todo el software que queda incluido en la conducta tipificada en el artículo 197.ter se encuentran los conocidos como programas espía (spyware) creados con el objetivo de recolectar, sin conocimiento, información personal de una pluralidad de usuarios o, en su caso, información de interés más general, almacenada en un sistema informático, para enviarla al atacante o a un tercero vía internet con finalidades diversas. Un ejemplo característico de este tipo de malware es el software utilizado para realizar el phishing bancario y cuyo objeto es el robo de credenciales de usuarios de banca electrónica para su utilización posterior en transacciones fraudulentas.

También pueden producir un efecto similar los programas llamados keyloggers que registran las pulsaciones en un teclado y de esta forma permiten apoderarse de contraseñas personales.


ENTER THE CODE
Abogado Amigo
Bufete Experto en
Nuevas Tecnologías
www.abogadoamigo.com

REUNIRÁ A 500 INVERSORES QUE REPRESENTAN UNA CARTERA SUPERIOR A LOS 1.500 MILLONES DE EUROS

La asociación BIGBAN Inversores Privados presenta el primer Congreso Nacional de Business Angels virtual

Un total de 40 ponentes y más de 500 asistentes de diferentes países participarán el 26 de noviembre en esta la cita obligada para inversores y agentes de financiación que este año se reinventa y amplía contenido y posibilidades de participación

Expertos en el ecosistema inversor como Juliana Garaizar, Taryn Andersen, Carlos Blanco y Tom Horsey, entre otros, analizarán la situación actual y los retos de futuro de la inversión privada en startups



Un año más la asociación BIGBAN Inversores Privados celebrará el próximo 26 de noviembre con sede en Valencia su Congreso Nacional de Angels 2020. La que supone la sexta edición del evento nacional de referencia del ecosistema de inversión privada en startups, por primera vez se llevará a cabo de forma completamente digital y reunirá a business angels y agentes de apoyo de financiación a jóvenes empresas innovadoras procedentes de toda España. La apertura del congreso será a cargo del Francisco Polo, Alto Comisionado para España Nación Emprendedora.

La cita, que cuenta con el apoyo de CaixaBank, Ayuntamiento de València, Marina de Empresas, BME (Bolsa y Mercados Españoles), Deloitte, Cuatrecasas y Atribus profundizará entre otras cuestiones sobre la situación del ecosistema inversión español, la visión internacional de los diferentes hubs de innovación, la innovación abierta y corporate venturing, el futuro de la inversión en entornos complejos como el actual causado por el coronavirus o el papel de las mujeres inversoras en tecnologías emergentes.





Más de 1.500 millones de euros en cartera

Durante una jornada el Congreso aglutinará a 40 expertos en unas 20 ponencias, 50 corporaciones y 200 inversores con más de 1.500 millones de euros en cartera. Además, este año al ser completamente digital se pretende pulverizar el récord de participantes, llegando a más de 500 asistentes de todo el mundo.

La sede oficial estará situada de nuevo en la ciudad de Valencia, desde donde se retransmitirá algunas de las principales ponencias y charlas en un set físico con moderador instalado en la Marina de Empresa. Retransmitido por la plataforma Meetmaps, se dispondrá de tres salas de conferencias, dos de ellas en directo, y una tercera enfocada a business angels noveles que incorporará un repositorio de vídeos sobre aspectos técnicos de la inversión. Además, como broche de oro del evento al finalizar se hará entrega de los Premios BIGBAN Inversores Privados 2020.

Victoria Majadas, Presidenta de la Asociación BIGBAN Inversores Privados ha resaltado la importancia de esta edición ante el contexto sanitario y económico que padecemos y, por tanto, la necesidad de potenciar la acción inversora para paliar la crisis, "más que ningún otro año resulta de especial relevancia el próximo Congreso Nacional de Business Angels. En un año marcado por la pandemia, que ha afectado especialmente a las etapas más tempranas del emprendimiento y de la inversión, el papel del business angel es fundamental. Debemos compensar este efecto negativo derivado del Covid-19, con mayor actividad inversora y emprendedora, con visión y estrategia a futuro y foco en la transición digital y la transición ecológica".

Más contenido y acceso a ponentes internacionales

En su sexta edición el Congreso Nacional de Business Angels tendrá entre sus filas, entre otros, a reconocidos expertos en el ecosistema de inversión como Juliana Garaizar (directora general de la red Houston Angel Network y ex gerente de la red europea Sophia Business Angels); Taryn Andersen (directora de relaciones con inversores en Telegraph Hill Capital, especializados en empresas de crecimiento rápido y una de las cuatro fundadoras de Impulse4Women, organización sin ánimo de lucro formada por mujeres para impulsar startups dirigidas por otras mujeres y conectarlas con inversores); Carlos Blanco (ganador del premio Mejor Emprendedor de España 2014 y Mejor Business Angel en 2014) y Tom Horsey, experto en marketing e inversor business angels, fundador de la aceleradora Startup Labs, CMO de la empresa de logística Mox y cofundador del Connected Mobility Hub.

La asistencia previa inscripción en el site www.bigban.org será gratuita y se habilitará un entorno premium que dará acceso a las grabaciones de las sesiones y a las salas privadas de networking con los ponentes. La organización 100% online de esta cita de inversión privada en startups amplía las posibilidades de participación y contenido, así como acceso a ponencias internacionales, conexión con EE.UU, ubicación de salas paralelas desde distintos puntos del país, mesas de debate, entrevistas, networking, entre otros aspectos.

Sobre BIGBAN Inversores Privados

BIGBAN Inversores Privados es una asociación privada, sin ánimo de lucro, comprometida con la creación de un ecosistema nacional de inversión en startups. Fundada en 2008, representa a más de 130 inversores privados entre business angels, family offices, plataformas de financiación colectiva, corporaciones y otros agentes vinculados al ecosistema emprendedor-inversor; y está posicionada como un referente en el sector de la inversión privada en capital semilla y crecimiento.







THE WESTIN VALENCIA

Ocho amplios salones dotados de luz natural, y un espectacular jardín privado de más de 1500 m2 conforman una de las ofertas más interesantes de la ciudad en el marco de los eventos corporativos.

Su mítico salón exposición, con amplios ventanales y lámparas de Swarovski, alberga hasta 300 personas para disfrutar de los eventos más exclusivos. Totalmente adaptable, su diseño permite la creación de tres espacios diferentes conectados entre sí.

Amadeo de Saboya 16, 46010 Valencia

www.westinvalencia.com
sales@westinvalencia.com
+34 963 625 900

El 2 de diciembre TICNegocios de Cámara Valencia celebra la 2º edición de GoDigital ahora con alcance nacional, para debatir sobre tendencias y estrategias tecnológicas que ayuden a impulsar la actividad de las pymes españolas.

GoDigital Nacional 2020

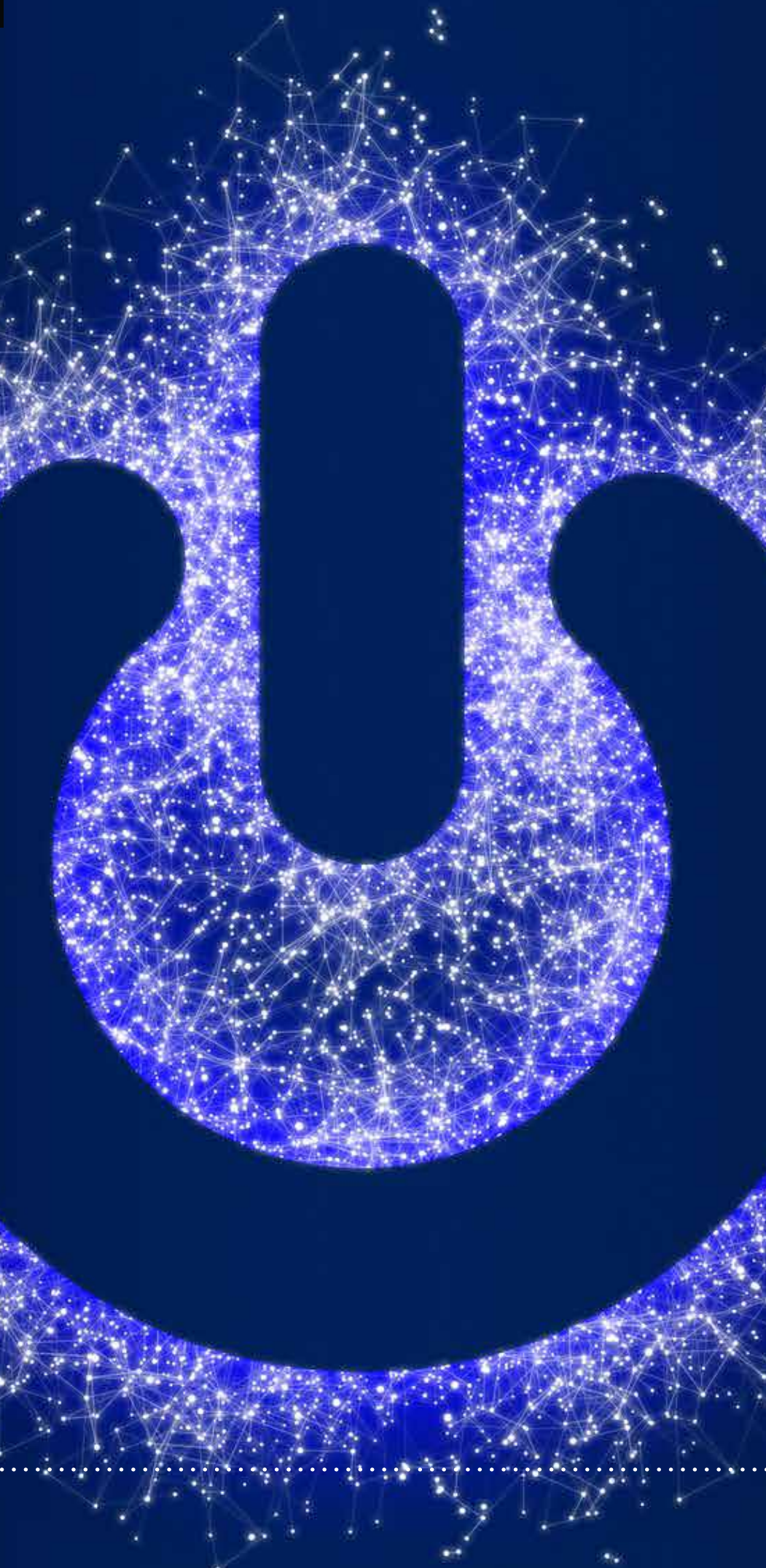
GoDigital Nacional 2020 es un evento organizado por Cámara Valencia y la Diputación de Valencia en colaboración con otras seis Cámaras del país, para formar a las pymes españolas en tendencias, herramientas y estrategias tecnológicas que están cambiando la gestión del talento, la productividad y la relación de la empresa con el cliente.



Tecnología para los Negocios de Cámara Valencia, la iniciativa pionera de las Cámaras de España en ofrecer servicios de asesoramiento e implantación tecnológica para ayudar al crecimiento y competitividad de las PYMES, celebra GoDigital Nacional 2020.

En su 1º edición de 2019, el evento reunió a más de 300 asistentes y se celebró en formato presencial dirigido solo a las empresas de la provincia de Valencia. Esta 2º edición tendrá lugar en formato presencial y online el miércoles, 2 de diciembre de 2020, y será la oportunidad para que todas las PYMES españolas se formen en tendencias tecnológicas que están cambiando el mundo de los negocios, descubran casos de éxito dentro de su sector y establezcan relaciones con otras empresas influyentes y de amplia trayectoria en el mundo digital.

El evento es una iniciativa de Cámara Valencia que nació en 2019 para las empresas de la provincia, pero este año se ampliará a toda España con la participación y colaboración directa de Cámara Madrid, Cámara Barcelona, Cámara Sevilla, Cámara Alicante, Cámara Murcia y Cámara Badajoz.



Programación y figuras de referencia

GoDigital Nacional 2020 se compone de una sesión plenaria, y cinco sesiones verticales.

La sesión plenaria ofrecerá 2 ponencias y 2 mesas redondas sobre el impacto de las tecnologías y casos de éxito en la gestión del cliente y el talento en las empresas, y estará presidida por Mentxu Balaguer, Diputada de Tecnología, José Vicente Morata, Presidente de la Cámara de Comercio de Valencia y Ángel Asensio, Presidente de la Cámara de Comercio de Madrid.

Otros profesionales de reconocida trayectoria e influencia nacional que participarán en la sesión plenaria son María José Martín, Directora General de Manpower-Group, Carlos López Blanco, Presidente de la Comisión de Digitalización y Miembro de la Comisión Ejecutiva de la Cámara de Comercio de España y Josep Aragonés, Director General Tax&Accounting de Wolters Kluwers España y Brasil.

Las sesiones verticales se conforman de 10 ponencias y 10 mesas redondas para tratar sobre Negocio Digital, Talento, Tecnologías aplicadas a la innovación, Inteligencia empresarial en la era digital y la nueva sesión, Ciberseguridad.

Entre los ponentes y miembros de las mesas redondas participarán directivos y profesionales expertos de grandes empresas como SCC, CISCO España, Ministerio de Defensa, Škoda @Volkswagen Group, Valencia C.F., INCIBE, Stratesys, Orange, Panda, S2G y Check Point.



Celebración e inscripciones

El evento se celebrará en formato presencial y online. Por el contexto del CoVid, la sesión presencial se reservará para grupos reducidos de partners, personalidades y miembros del Club de Innovación Digital, y tendrá lugar en la Escuela de Negocios Lluís Vives, principal Área de Formación de la Cámara de Comercio de Valencia ubicada en el Parque Tecnológico de Paterna.

Las sesiones online se transmitirán en directo mediante la plataforma de eventos EvenTwo y a través de ella los asistentes podrán conocer a diferentes empresas tecnológicas del país, lanzar preguntas a los ponentes, chatear con los organizadores del evento y acceder los materiales que ofrezcan los expertos durante las ponencias y mesas redondas.

El evento se dirige a todos aquellos directivos de pymes, autónomos, emprendedores y profesionales interesados en mejorar su formación y conocer las últimas tendencias tecnológicas a nivel empresarial.

Toda la información de GoDigital Nacional 2020 y las inscripciones está disponible en https://godigital.ticnegocios.es

Más información sobre el evento

Betsabé Arjona Blanco | 963 103 924
barjona@camaravalencia.com
Ivette Peña Chapell | 963 103 921
ichapell@camaravalencia.com







THE WESTIN VALENCIA

Envuelto en tres relajantes fuentes
y cuidada vegetación mediterránea,
el hotel The Westin Valencia cuenta
con un precioso rincón para
evadirse y celebrar los eventos
más emotivos al aire libre.

Más de 1500m2 al aire libre conforman
uno de los jardines privados
más grandes de la ciudad de Valencia,
donde los invitados pueden disfrutar
del agradable clima mediterráneo en
compañía.

Amadeo de Saboya 16, 46010 Valencia

www.westinvalencia.com
sales@westinvalencia.com
+34 963 625 900

#BestPractices #BetterProfessionals

Cursos oficiales de Certificación

noviembre

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GESTION DE PROYECTOS

PRINCE2® FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: martes 3/11/2020 de 16:00 a 21:00

SEGUNDA SESIÓN: jueves 5/11/2020 de 16:00 a 21:00

TERCERA SESIÓN: martes 10/11/2020 de 16:00 a 21:00

CUARTA SESIÓN: jueves 12/11/2020 de 16:00 a 21:00

PRINCE2® ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GOBIERNO DE TI (FAST TRACK)

COBIT® 2019 FUNDAMENTOS + ISO 38500 FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: viernes 6/11/2020 de 16:00 a 21:00

SEGUNDA SESIÓN: sábado 7/11/2020 de 09:00 a14:00

TERCERA SESIÓN: viernes 13/11/2020 de 16:00 a 21:00

CUARTA SESIÓN: sábado 14/11/2020 de 09:00 a 14:00

COBIT 2019 FOUNDATION APMG INTERNATIONAL

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN OFICIAL EN GESTION DE SERVICIOS DE TI

ITIL® 4 FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: martes 17/11/2020 de 16:00 a 21:00

SEGUNDA SESIÓN: jueves 19/11/2020 de 16:00 a 21:00

TERCERA SESIÓN: martes 24/11/2020 de 16:00 a 21:00

CUARTA SESIÓN: jueves 26/11/2020 de 16:00 a 21:00

ITIL® ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GESTIÓN DE PROGRAMAS DE PROYECTOS

MSP® FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: viernes 20/11/2020 de 16:00 a 21:00

SEGUNDA SESIÓN: sábado 21/11/2020 de 09:00 a 14:00

TERCERA SESIÓN: viernes 27/11/2020 de 16:00 a 21:00

CUARTA SESIÓN: sábado 28/11/2020 de 09:00 a 14:00

MSP® ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

diciembre

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GOBIERNO DE TI (FAST TRACK)

COBIT® 2019 FUNDAMENTOS + ISO 38500 FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: martes 1/12/2020 de 16:00 a 21:00

PRIMERA SESIÓN: jueves 10/12/2020 de 16:00 a 21:00

PRIMERA SESIÓN: martes 15/12/2020 de 16:00 a 21:00

PRIMERA SESIÓN: jueves 17/12/2020 de 16:00 a 21:00

COBIT 2019 FOUNDATION APMG INTERNATIONAL

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GESTIÓN DE OFICINAS DE PROYECTOS

P30® FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: martes 4/12/2020 de 16:00 a 21:00

PRIMERA SESIÓN: sábado 5/12/2020 de 09:00 a 14:00

PRIMERA SESIÓN: viernes 11/12/2020 de 16:00 a 21:00

PRIMERA SESIÓN: sábado 12/12/2020 de 09:00 a14:00

P3O® ACCREDITED TRAINING ORGANIZATION PeopleCert ON BEHALF OF AXELOS

CURSO OFICIAL DE CERTIFICACIÓN EN GESTION DE SERVICIOS DE LA ERA DIGITAL

VERISM™ FUNDAMENTOS

PRIMERA SESIÓN: lunes 21/12/2020 de 16:00 a 21:00

SEGUNDA SESIÓN: martes 22/12/2020 de 16:00 a 21:00

TERCERA SESIÓN: miércoles 23/12/2020 de 16:00 a 21:00

VeriSM™ FOUNDATION Accredited by EXIN

Business&Co.®
Business, Technology & Best Practices, S.L.

Más información en
https://javierperis.com/formacion-oficial/

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L.