

G55CIO

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL CIO Y CEO

Año 1
Nº 4
Febrero 2017

Año 1
Nº 4

Febrero 2017

Las
100
empresas
líderes

Hay mucho que **HACER**
en **transformación digital**

Para el CEO del Grupo Hundred, Pedro Gomes Dos Santos, es primordial que antes de ingresar a la era de la digitalización de manera integral, las empresas optimicen sus recursos humanos y conozcan lo que realmente quieren lograr con la ayuda de las TI.

SUMARIO



4

EN PORTADA

John Puente - KoolSpan
La información debe permanecer segura

6

TIEMPOS DEL CIO Y CEO

Pedro Gomes Dos Santos - Hundred
Hay mucho que hacer en transformación digital

8

ARTÍCULO

Armando Cuyubamba - G55CIO
Tendencias de la movilidad para el 2017

10

MAS ALLÁ DEL NEGOCIO

Pablo Loayza Soriano - Hundred
Prometedora juventud



11

MUJERES EN TECNOLOGÍA

Anyela Cruz Egoavil - CRAC Raíz
Multitarea e innovadora



G55CIO

G55CIO es una publicación semanal,
editada en Perú por Grupo Bitácora

Director Ejecutivo

Manuel Díaz
manuel.diaz@grupobitacora.biz

Gerente General

Beatriz López
beatriz.lopez@grupobitacora.biz

Redacción

Armando Cuyubamba
armando.cuyubamba@grupobitacora.biz

Publicidad

publicidad@grupobitacora.biz

Arte y Diseño

Karelín Reyes
karelín.reyes@grupobitacora.biz

Fotografía y Banco de Imágenes

Fabrizio Díaz López
fabrizio.diaz@grupobitacora.biz

Atención al cliente y Suscripciones

suscripcion@grupobitacora.biz

Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin autorización del Director Ejecutivo. Los anuncios, artículos firmados y las opiniones de los entrevistados no reflejan necesariamente la opinión del medio.

Una publicación de:



Grupo Bitácora

EDITORIAL

TIC y seguridad ciudadana

Cuando Ollanta Humala asumió el poder como presidente de la República (28 de julio de 2011), en su discurso inaugural se comprometió a liderar el Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana. En aquella ocasión, el actual exmandatario dijo que era “necesario desterrar la idea de que la inseguridad es un problema exclusivo de la policía”.

Ciertamente, la seguridad ciudadana ha desmejorado en los últimos años y, en ocasiones, pareciera que la delincuencia ha ganado bastante terreno en nuestro país. También hubo una cierta dejadez en nuestras autoridades para tratar este tema. No obstante, es claro que “la lucha contra este flagelo”, como suele llamarse, es un compromiso de todos: Gobierno central, regional y local; Policía Nacional; entidades civiles y privadas; y ciudadanos organizados.

Sin duda, es insuficiente enfrentar a la delincuencia, en todas sus esferas, solo con el recurso humano. En tal sentido, tenemos a nuestra disposición herramientas, dispositivos, y procesos que se constituyen en aliados estratégicos, confiables y eficientes para prevenir y enfrentar a los delincuentes.

Para el efecto, contamos con drones; smartphones; cámaras de videovigilancia; alarmas de seguridad; centros de control y comandos unificados y plataformas para la prevención y monitoreo de emergencias; redes sociales; WhatsApp; bases de datos con huellas dactilares digitalizadas; entre otros recursos propios de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

De esta manera, se reafirma la sinergia entre la sociedad real con la virtual, una coexistencia casi indesligable: una muestra más de la cibercultura.

En el ámbito de la seguridad ciudadana, las TIC proporcionan herramientas eficientes y eficaces para prevenir, actuar y esclarecer delitos, apoyándose en equipos de última generación, conectividad y ciudadanos que operen efectivamente la tecnología.

Con la ayuda de las TIC debidamente integradas a una labor humana en todas las esferas de la sociedad es posible disminuir los riesgos de ocurrencias delictivas; disminuir los gastos en seguridad, personal, domiciliaria y comercial; disminuir el porcentaje de sensación de inseguridad; aumentar la inversión privada; incrementar el turismo; mejorar la relación del vecino, en especial, con su gobierno local; mejorar el servicio de seguridad ciudadana; entre otros beneficios.

Es evidente que la inclusión digital en la seguridad ciudadana será más efectiva si se llegan a desarrollar metodologías o recursos que todavía no han sido explotados en su totalidad como big data, Internet de las Cosas, cloud computing, etc. De llegar a ese momento, estaríamos muy cerca de vivir en una ciudad inteligente.

El Director

La información debe permanecer segura

La misión comercial de KoolSpan es mantenerse por delante de las graves amenazas a las comunicaciones móviles; incluyendo voz, mensajería y datos. El vicepresidente de Ventas de esta firma para América Latina y El Caribe, John Puente, sostiene que la información es el activo más importante de la humanidad.

En el mundo contemporáneo, la información como un conjunto de datos procesados, tiene un valor esencial. Por este motivo, es necesario salvaguardarla para garantizar su buen uso en cada empresa y que, a su vez, aporte fructíferos conocimientos en el desarrollo de los negocios. Así lo expresó el vicepresidente de Ventas de KoolSpan para América Latina y El Caribe, John Puente.

“A nivel mundial, los delincuentes son capaces de atacar lo que sea para obtener la información y hacer lo que quieran para agredir a personas, dañar a empresas, negocios y reputaciones. Este riesgo cada día es más fuerte”, acotó.

El ejecutivo destacó que en la actualidad prácticamente todas las personas están conectadas con sus dispositivos móviles día y noche, “no se separan de ellos, y utilizamos los dispositivos para realizar nuestras labores, por eso, el riesgo permanente del contenido ha llegado a ser más importante que las leyes”.

“Nuestra empresa se enfoca en proteger a instituciones, entidades públicas y en general a cualquier compañía del crimen organizado, que luego de robar información extorsiona, chantajea, ofrece lo robado a la competencia, entre otros delitos”, enfatizó Puente.

Al respecto, el “Informe de lealtad del consumidor y filtración de datos de 2016” de Gemalto revela que el 70% de los consumidores encuestados consideraron firmemente que la responsabilidad de proteger sus datos personales corresponde a las organizaciones que los guardan, y no a ellos mismos.

Sin embargo, menos de un tercio (29%) de los consumidores cree que las empresas toman la protección de sus datos personales muy en serio. Esto se debe a que los consumidores temen cada vez más que se roben sus datos y un 58% cree que le pasará esto en el futuro. Más de 4,800 millones de registros de datos han sido expuestos desde 2013; el robo de identidad es el principal tipo de filtración de datos y representa el 64% de todas las filtraciones de datos.

Servicios seguros

Según John Puente, cada día es más peligroso utilizar sistemas de mensajes de voz y de texto, y otras aplicaciones que existen en el mercado de las comunicaciones porque todo sistema tiene sus eventuales riesgos y compromisos. “Los delincuentes quieren ver la información del Facebook y el WhatsApp de las personas que constituyen sus objetivos”, advirtió.

Asimismo, el especialista manifestó que ahora los dispositivos móviles portan valiosa información de sus usuarios, por lo tanto, es fundamental resguardar las comunicaciones porque “alguien indeseado

puede ver todo el contenido de las mismas”, en referencia al crimen organizado que existe en el mundo.

“El riesgo de interceptación y grabación de llamadas, así como de interceptación de los dispositivos móviles para enviar información falsa, existe. Y las consecuencias de estos sucesos son altos”, indicó.

Sobre las leyes establecidas para salvaguardar la información de los usuarios de líneas telefónicas, el directivo de KoolSpan aseguró que dependiendo de la duración de los gobiernos de cada país varían las orientaciones y las leyes para enfrentar a los respectivos delitos. “Hay varios gobiernos muy fieles, pero no es fácil que cada partido político que llega al poder mantenga un mismo sistema para perseguir a los delincuentes”, puntualizó.

Temor a ser víctimas

Es indudable que existen dudas y temores respecto a la seguridad de la información personal que, en consecuencia, deriva de un riesgo serio para la estabilidad de los negocios.

Así lo manifiesta el “Informe de lealtad del consumidor y filtración de datos de 2016”, donde casi seis de cada diez (58%) consumidores creen que serán víctimas de una filtración en algún momento y las organizaciones deben estar preparadas para la pérdida de negocios que tales incidentes pueden causar.

La mayoría de los clientes que actualmente usan lo siguiente, dice que dejarían de utilizar un minorista (60%), un banco (58%) o un sitio de redes sociales (56%) si sufrieran una filtración; mientras que el 66% indica que probablemente no haría negocios con una organización que experimentó una filtración en la que se robó información financiera y confidencial.

El estudio reveló que el uso fraudulento de información financiera ha afectado al 21% de los consumidores, mientras que otros experimentaron el uso fraudulento de sus datos personales (15%) y el robo de identidad (14%). Más de un tercio (36%) de aquellos que han sido víctimas de una filtración atribuyen esto a un sitio web fraudulento. Los víncu-

“LOS DELINCIENTES SON CAPACES DE ATACAR LO QUE SEA PARA OBTENER LA INFORMACIÓN Y HACER LO QUE QUIERAN PARA AGREDIR A PERSONAS Y DAÑAR A EMPRESAS”

los maliciosos (34%) y el phishing (33%) fueron los siguientes métodos utilizados con más frecuencia para atrapar a los consumidores.

A pesar de ser cada vez más conscientes de las amenazas que se presentan en línea, solo uno de cada diez consumidores (11%) cree que no hay aplicaciones o sitios web que representan mayor riesgo para ellos y no cambian su comportamiento.

La investigación incluyó a 9,000 consumidores encuestados en Australia, Benelux, Francia, Alemania, Rusia, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, India, Japón, Reino Unido y Estados Unidos.



“Los delincuentes quieren ver la información del Facebook y el WhatsApp de las personas que constituyen sus objetivos”

Para el CEO del Grupo Hundred, Pedro Gomes Dos Santos, es primordial que antes de ingresar a la era de la digitalización de manera integral, las empresas optimicen sus recursos humanos y conozcan lo que realmente quieren lograr con la ayuda de las TI.

La visión del Chief Executive Officer (CEO) y fundador del Grupo Hundred, Pedro Gomes Dos Santos, sobre el desarrollo de la transformación digital en el Perú es clara: “Hay mucho que hacer. El mercado peruano es muy proclive a las modas, que son fáciles de vender, pero su empleo es poco medido porque el Perú es un país carente de recursos técnicos especializados”.

Manifestó que en las empresas del país existe una realidad cultural en el ámbito del trabajo con las plataformas tecnológicas. “Primero hay que optimizar el recurso humano dentro de las compañías y, luego, se debe buscar a un especialista de outsourcing de Tecnologías de la Información (TI). En el Perú se prefiere hacer en primer lugar el segundo paso”, advirtió.

El ejecutivo, asimismo, aseguró que en las compañías “hay poca claridad sobre qué hacer primero en lo referente a las TI vinculadas a la transformación digital”.

“Ya llegó el big data, el community analytics, entre otros conceptos, sin embargo, no existen recursos humanos capacitados en el Perú para que todo eso



“Es un mito que el Perú se está transformando digitalmente”

Hay mucho que hacer en transformación digital

funcione. Es necesario generar inversión en conocimiento dentro de las empresas. Paralelamente, se debe trabajar en universidades e institutos para capacitar a los futuros profesionales de TI en la implementación de plataformas tecnológicas empresariales”, agregó.

En conversación con G55CIO, Gomes Dos Santos afirmó que es fundamental que las firmas promuevan la generación de conocimientos técnicos correctos en sus equipos humanos, “porque lo demás viene luego”.

Además, dijo: “Es un mito que el Perú se está transformando digitalmente. Mientras no trabajemos proveedores, empresas, universidades y Gobierno para que sea efectivo la generación de esos conocimientos, todo lo que hagamos en el tema de transformación digital será una ficción”.

Sector Gobierno

Sobre la evolución y el desarrollo de la transformación digital en el sector Gobierno, Pedro Gomes Dos Santos indicó que antes de involucrarse en este tema, primero se debe trabajar la cultura pública y los procesos.

Señaló que la transformación digital será exitosa en el citado sector, siempre y cuando, se aprovechen las lecciones aprendidas. Por ejemplo, si se promue-

ve la automatización de ciertos procesos hay que generar -además de modificar las leyes- una apropiada cultura para que las personas acepten los cambios y no los

“YA LLEGÓ EL BIG DATA, EL COMMUNITY ANALYTICS, ENTRE OTROS CONCEPTOS, SIN EMBARGO, NO EXISTEN RECURSOS HUMANOS CAPACITADOS EN EL PERÚ PARA QUE TODO ESO FUNCIONE”

rechacen. “Antes de cambiar hay que analizar la cultura pública y cómo encajaría ésta en la transformación que se quiere realizar”, subrayó.

El otro paso es determinar qué procesos se requieren cambiar para ser exitosos en el marco de la transformación digital.

El entrevistado precisó que en el Estado se deben encontrar a los líderes de estas dos

iniciativas para que dirijan de principio a fin las estrategias digitales en las entidades públicas, las cuales tiene que contar con un patrocinador para cada etapa del proyecto de transformación.

Adicionalmente, el directivo comentó que, en paralelo, es necesario que el Estado diseñe un plan de comunicación transparente, fluido y constante asociado a un proceso de transformación digital para informar al mismo sector público y a los usuarios sobre lo que sucede y los beneficios logrados.

Expresó que una de las primeras iniciativas en el ámbito de la transformación digital que funciona más rápido es la política de cero papeles, ya que en las entidades estatales este soporte físico genera pérdida de tiempo e ineficiencia. “Ese paso sería solo cuestión de voluntad de hacerlo, así como un cambio positivo en el corto plazo”, acotó.

El CEO de Hundred tuvo experiencia en el proceso de transformación digital -lleva casi 15 años- en el Gobierno de Portugal. Labor realizada por la Agencia para la Modernización Administrativa de este país europeo. “Los cambios se inician en las actividades y en las entidades menos complejas, para posteriormente replicar estas experiencias en otras dependencias”, finalizó.

El Entrevistado



Pedro Gomes Dos Santos es el CEO y fundador del Grupo Hundred, empresa peruana con experiencia multinacional, con más de 18 años de presencia en el mercado local y regional. Previamente, en CGI fue líder de País y director general del sector de Transporte. Antes ocupó

el cargo de director en Hitachi Consulting. Entre otras especialidades, Gomes Dos Santos tiene un MBA en Administración y un Master en gerencia general en Sistema de la Información. Es licenciado en Gestión de Informática por el Instituto Politécnico de Santarém (Portugal).

Tendencias de la movilidad para el 2017

Continuando con las proyecciones estimadas y sus orientaciones hacia los consumidores, Armando Cuyubamba, redactor principal en G55CIO, realiza una sinopsis de lo que se viene para el presente año en materia de movilidad. Las perspectivas revelan que la realidad virtual y digital están ganando terreno de manera sostenida.



E Sobre las tendencias en movilidad (obviamente, no nos referimos a la industria automotriz) para el año en curso, algunos medios digitales han resaltado cinco, otros siete e incluso ocho.

Al margen de los números, es necesario advertir que, al considerar estas tendencias, afianzamos nuestro análisis en el que nos desenvolvemos dentro del mercado. A su vez, determinamos los (principales) patrones de comportamiento de la movilidad durante -en este caso- los próximos meses del presente año.

Según Aruba (Hewlett Packard Enterprise), la integración de aplicaciones de terceros en las redes, con el resultado de un movimiento hacia plataformas de red basadas en software, es un tema a considerar. El desafío está en seguir la innovación. Con las nuevas tecnologías móviles emergentes, los usuarios pidiendo más flexibi-

lidad en el entorno de trabajo y el número creciente de dispositivos del Internet de las cosas, las empresas necesitarán moverse de manera rápida para asegurarse de que sus redes están preparadas.

Otro punto es que, a partir de 2017, las empresas verán la necesidad de ir más allá de la gestión básica de la red y querrán aspirar hacia un modelo más predictivo. La visibilidad será la clave para lograr una buena gestión.

Además, diversas firmas empezarán a utilizar la información de las aplicaciones para fidelizar más al cliente, determinando la mejor manera de invertir sus recursos y aumentar sus ingresos.

Avances sorprendentes

Por su parte, el último informe de previsiones de TMT de Deloitte, reveló que en el 2017 seremos testigos de pasos significativos hacia el lanzamiento de las redes móviles 5G (aún programa-

das para el 2020), con muchas redes 4G Long Term Evolution Advanced (LTE-A) mejoradas y redes Advanced Pro que empezarán a incorporar componentes que serán fundamentales para 5G.

Igualmente, se prevé que habrá un crecimiento en la navegación digital en interiores. La compañía estimó que uno de cada 20 usos de las herramientas digitales de navegación se realizaría en interiores este año (grandes almacenes, centros comerciales o centros de conferencias). Los analistas dijeron que el potencial para una precisa navegación en interiores "podría ser transformador", beneficiando a muchos sectores verticales, con ejemplos como ayudar a los trabajadores a localizar elementos en un almacén o llegar a tiempo a una reunión en una oficina desconocida.

La navegación interior también es probable que se utilice para personas y cosas, para localizar objetos de valor rápidamente en una variedad de lugares, tales como herramientas en un taller,

mercancías en un almacén, partes en un piso de fábrica o maletas en la bodega de un avión.

El estudio de Deloitte consideró que habrá rápidas e importantes mejoras en las capacidades de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tabletas): La seguridad de los dispositivos biométricos se identificó como una tendencia clave a tener en cuenta, con un estimado que superaría una base activa de mil millones de dispositivos equipados con lectores de huellas dactilares en el campo a principios de 2017.

El próximo paso implica la inclusión de otro tipo de entradas biométricas como el reconocimiento de rostros, el patrón de voz y la exploración del iris. Todo eso será para autenticar a los usuarios.

De otro lado, la investigación divulgó que las ventas globales de las tabletas se reducirían en un 10 %, a partir de los 182 millones de unidades vendidas el año pasado. Esta desaceleración podría tener algo que ver con el hecho de que la vida útil promedio de un dispositivo de tableta parece mucho mayor que la de un teléfono inteligente.

Las estadísticas de Deloitte pretendían demostrar que sólo el 38% de las tabletas actualmente en uso fueron compradas en los últimos dos

Las soluciones tecnológicas dirigidas al mundo de las finanzas, también conocidas como fintech, en 2017 se convertirán en una seria alternativa a la banca tradicional ganando mucho terreno. Estas compañías entendieron muy bien que el crecimiento de usuarios de dispositivos móviles a tasas de dos dígitos en América Latina, es una gran oportunidad y por eso invirtieron fuerte en movilidad. No podía ser de otra manera. La industria bancaria y financiera siempre apuesta por las Tecnologías de la Información (TI).

La compañía afirmó que Siri, Google Assistant, Alexa y Cortana, ya no sólo responderán a nuestras preguntas, sino que anticiparán nuestras necesidades. Incluso casi antes de darnos cuenta comenzaremos a intentar anticipar las necesidades de los usuarios y los clientes, a través de bots, aplicaciones de chat, asistentes virtuales y mucho más.

Por si fuera poco, los estafadores seguirán invirtiendo en nuevas formas de engañar al sistema. Mientras que las soluciones más avanzadas han aprendido a utilizar el reconocimiento masivo de patrones de metadatos para prevenir el fraude a nivel del dispositivo, AppsFlyer ya ha detectado que existen nuevas maneras de quebrar estas protecciones.

“LAS FIRMAS EMPEZARÁN A UTILIZAR LA INFORMACIÓN DE LAS APLICACIONES PARA FIDELIZAR MÁS AL CLIENTE, DETERMINANDO LA MEJOR MANERA DE INVERTIR SUS RECURSOS Y AUMENTAR SUS INGRESOS.”

años, mientras que más del 50% eran modelos previos a 2015 y más del 25% antes de 2014.

Consumidores: objetivos de los cambios

De acuerdo a AppsFlyer, a medida que el Internet de las cosas y los wearables continúan proliferando, los consumidores usarán los teléfonos inteligentes como la principal interfaz para recopilar datos y controlar a distancia experiencias que antes no estaban conectadas.

Otra tendencia se basa en el aumento de la penetración de smartphones en América Latina, las mejoras en seguridad de los pagos móviles, junto a la facilidad de uso a través de apps, permitió que un porcentaje cada vez más grande de las transacciones online se realicen a través de dispositivos móviles. En México, por ejemplo, se estima que el 46% de los compradores online han hecho una compra vía móvil. El móvil como un canal seguro de consumo es una realidad

que durante 2017 se consolidará todavía más en la región.

Por su parte, a medida que las plataformas de contenidos Over-The-Top (OTT) crecen en popularidad, nuestros televisores, computadoras portátiles, teléfonos y dispositivos conectados (Google Home, por ejemplo) se están convirtiendo en una sola experiencia continua y perfecta. Nuestro mundo será percibido de este modo. En consecuencia, las empresas deberán adaptarse, así como sus aplicaciones.

Igualmente, el pensamiento global también será protagonista en el 2017. AppsFlyer sostuvo que existe una notable innovación móvil en los Estados Unidos que los usuarios en China simplemente no pueden aprovechar, y viceversa. Pero a medida que los líderes del mercado buscan oportunidades de crecimiento, buscarán cada vez más las plazas globales.

El mundo de las aplicaciones

Otras tendencias en el mundo móvil se enfocan en el empleo de las aplicaciones que seguirán creciendo. Desde el 2015 el número de usuarios de teléfonos móviles supera al número de usuarios de ordenadores convencionales o de oficina. Actualmente, las aplicaciones se diseñan no solo pensando en el smartphone, también se consideran los wearables, la domótica, las smartcities, Internet de las cosas, sensores industriales y mucho más.

Las aplicaciones de mensajería instantánea representan una oportunidad para las empresas ya que han revolucionado completamente la manera en que como sociedad nos comunicamos. Para las marcas, aprovechar este canal con la estrategia adecuada puede suponer la diferencia entre fidelizar o no a los clientes, haciéndolo además en el lugar por el que han optado para interactuar y comunicarse.

En relación con la comunicación y la estrategia omnicanal, las marcas deben adaptar su estrategia de comunicación a los múltiples canales por los que ahora se accede a la información. Cualquier acercamiento digital por parte de las empresas ha de estar orientado a la creación de experiencias multidimensionales para los clientes.



Prometedora juventud

En sus tiempos libres y de esparcimiento podría pasar su tiempo observando videos relacionados a temas tecnológicos, autos y últimos lanzamientos de las marcas conocidas; además de reviews y experiencias de uso. Se trata de Pablo Loayza Soriano, consultor gerente de Hundred, quien también aprovecha algunos fines de semana para “escaparse al sur” y, al menos una vez al mes, “una salida con mi esposa y amigos”.

Haciendo una retrospectiva de su vida. ¿Cuál fue el motivo u origen que llevó a este especialista a decidirse por el mundo de la ingeniería de Computación y Sistemas? “No estaba dentro de mis gustos iniciales, pero me salió esta carrera en un test vocacional y me dije [bueno, ¿por qué no?], afirma.

“Tenía otras opciones como todas las ingenierías y arquitectura. Como primera alternativa, incluso, pensé elegir ingeniería electrónica, carrera que fue mi segunda opción. Finalmente, postulé a ingeniería de Computación y Sistemas, resultando en el cuarto puesto en el examen de ingreso de la respectiva facultad de la Universidad de San Martín de Porres”, recuerda Loayza, hoy con 32 años de edad. ¿Cómo pasa el tiempo!

Loayza Soriano ha realizado una trayectoria profesional de casi una década, dejando huella en las empresas donde laboró como Grupo

Sypsa (consultor SAP BO), Stefanini IT Solutions (jefe de Proyectos) y CGI (jefe de Proyectos).

No cabe duda que fue una decisión acertada la elección de su profesión, la cual complementó con una especialización en Inteligencia de Negocios (Cibertec) y un Scrum Master.

PRESENTE Y FUTURO

Entre sus principales desafíos laborales, Pablo Loayza destaca el desarrollo de uno de los principales servicios con los que cuenta Hundred que, a la fecha, llega a representar un porcentaje importante en personal e ingresos. “Esta labor ha tomado mucho esfuerzo en conjunto. No solo era cuestión de invertir en las personas adecuadas, el gran reto era hacerlo sostenible y duradero en el tiempo”, puntualiza.

“En esta primera fase, consolidación del equipo y maduración del conocimiento, nos ha ido bastante bien, porque obtuvimos resultados alentadores para los clientes y también para Hundred. El siguiente paso es cuidar al equipo, manejar correctamente las expectativas de los clientes, innovar y seguir creciendo”, agrega.

Con estos resultados, el futuro de este profesional es alentador, según sus propias palabras: “Seguir creciendo en la vertical financiera en la que me encuentro”.

Todavía queda mucho camino por recorrer en el futuro profesional de Pablo Loayza, siempre vinculado a las Tecnologías de la Información. Su experiencia se sustenta en brindar buenos resultados a sus clientes y crecer junto a ellos.

Multitarea e innovadora



Las tecnologías cambian velozmente y es vital estar a la vanguardia de los nuevos avances. Anyela Cruz, Jefe de Seguridad de Información de CRAC Raíz, sabe que hoy en día las ideas más frescas son las que sobresalen en el mercado competitivo, sobre todo, en el campo de las TI, donde se desempeña por más de 20 años ya que ha laborado en empresas dentro y fuera del país.

Su pasión por las ciencias se inició en el colegio parroquial donde estudió (Virgo Potens). Ahí se formaron clubes de matemática que asistían de manera gratuita cualquier estudiante que tenía inclinación por las ciencias. De esta manera, la pequeña Anyela participó en los concursos de matemática que se realizaron y siempre destacó.

Además, Anyela Cruz nos cuenta que estudió en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos la carrera de Computación e Informática. “Mi tiempo de estudiante fue una etapa muy bonita, en donde mis profesores me dieron la oportunidad de laborar y estudiar a la vez, participar en el Congreso Anual de Estudiantes y de trabajar por primera vez en la Facultad de Ciencias Matemáticas de mi alma mater”, revela.

En cada año de estudios iban disminuyendo los alumnos que seguían la citada carrera.

“Siendo los hombres la mayoría de estudiantes en esta carrera frente a nosotras las mujeres; esta tendencia lamentablemente es muy marcada y lo observé en la Maestría de Ingeniería de Seguridad Informática (2013) en una clase de 22 alumnos solo dos éramos mujeres, no obstante, con el pasar de los años, observo que esto va cambiando”, afirma Cruz.

Agrega, asimismo, que actualmente el mundo, los países y las culturas están evolucionando, y sentando las bases sociales de tal manera, que ya existe una equidad entre el varón y la mujer.

TECNOLOGÍA PARA ELLAS

Anyela considera que es importante que se promuevan las carreras de tecnología en las mujeres. “Felicitó a las chicas que les interesa seguir el campo de las TI. Es un orgullo que asuman ese reto y decisión, sin temor alguno, así contribuirán dentro de su familia y sociedad y serán unas líderes en cualquier especialidad de las TI donde se desenvuelvan”, manifiesta.

Cruz Egoavil también es una mujer práctica y multitarea. “El varón hace muy bien su trabajo; sin embargo, tiene que terminar una tarea para recién empezar otra. Por el contrario, nosotras realizamos varias labores a la vez. En eso nos diferenciamos”, dice.

Un nuevo tiempo trae consigo
cambios.....

Bienvenido al Cambio

G55CIO

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL CIO Y CEO

Todos los martes en su bandeja de entrada.....

Una publicación de:



Grupo Bitácora