

CORNELLÀ CREACIÓ FÓRUM



El director mundial de marketing de producto de Google, Bernardo Hernández, el viernes en Cornellà (Barcelona). L. M.

Internet dispara la demanda de estadísticos profesionales

Según el director mundial de marketing de Google, las empresas deben sacar partido a la información de la Red

Jordi Sacristán

BARCELONA. "Si yo tuviera que aconsejarle a un estudiante una profesión, le aconsejaría la de estadístico porque van a ser los reyes del mambo en los próximos años", aseguró ayer el director mundial de marketing de producto de Google, Bernardo Hernández. El único español en la cúpula directiva de la multinacional norteamericana considera que durante los próximos meses se va a poner de manifiesto "el poder de los datos que cada día se acumulan en Internet" y los estadísticos van a ser los encargados de leer, analizar e interpretar esta carga de información para que particulares, pero sobre todo las empresas, puedan sacar provecho de ellos.

"En Estados Unidos, los responsables de marketing de las empresas están siendo sustituidos por economistas que se encargan de analizar y gestionar los flujos monetarios que se destinan a potenciar un determinado producto, el número de clientes que tiene, los ingresos que genera y la rentabilidad que produce, todo con datos que ofrece Internet en tiempo real", explicó Hernández a las 200 personas que asistieron al primer foro empresarial Cornellà Creació, que cuenta con el patrocinio de *elEconomista*.

Hernández puso un ejemplo. "Yo soy de Salamanca y un día me llamaron un paisano que se llama igual que yo para decirme que él era jamonero y que le había desbancado como primer Bernardo Hernández

La cifra

1.000

MILLONES DE DÓLARES. La radio tardó 50 años en alcanzar 50 millones de usuarios y unos ingresos publicitarios de mil millones, la televisión tardó 15 años en alcanzar las mismas cifras, la televisión por cable tardó siete años e Internet ha conseguido lo mismo en solo tres años. De esta forma, el director de Google ilustra la velocidad del cambio que vivimos.

en la lista de Google, lo que estaba afectando a la venta de sus jamones. Para compensarle, le enseñé a utilizar las herramientas analíticas que tiene Google y allí descubrió qué países son los que más jamón ibérico compran o, por ejemplo, que los japoneses hacen la gran mayoría de sus pedidos de jamón ibérico en el mes de octubre".

Cambios a velocidad de vértigo

En opinión del director de Google, lo más sorprendente del cambio tecnológico que está produciendo Internet respecto a otras tecnologías revolucionarias como la máquina de vapor, el teléfono, el automóvil, o la televisión es la velocidad a la que se produce. "En la Expo de Sevilla de 1992, una feria que presenta los mayores avances del mundo,

ninguno de los más de cien países presentes tenía en su pabellón ninguna referencia a Internet, la tecnología que a finales de los noventa había revolucionado el mundo". Hernández considera que ese ritmo frenético se debe a que durante las décadas anteriores el hombre había conseguido digitalizar la información "en códigos binarios de 1 y 0, pero hasta la aparición de Internet esa potencialidad no se había conseguido aprovechar totalmente".

Por otro lado, Hernández enumeró las oportunidades que ofrece Internet para las empresas. "Internet derriba las barreras físicas y permite vender más productos, por ejemplo, entre el 25 y el 40 por ciento de los que vende Amazon son libros y discos que un cliente nunca encontrará en una tienda, son ventas que de otra forma no se producirían". Finalmente, destacó que la convergencia entre el mundo *online* y el real es cada vez mayor. "En Estados Unidos el 81 por ciento de los clientes busca información de los productos a través de Internet, pero el 79 por ciento realiza sus compras en la tienda, es una realidad que ha hecho cambiar, por ejemplo, la venta de automóviles".

A modo de conclusión, Hernández aseguró que en el futuro inmediato lo más importante para las empresas es "el análisis de los datos que afectan a su negocio" y su capacidad de crear riqueza utilizando "aplicaciones basadas en procesos abiertos en las que todos los participantes ganen dinero".

INNOVACIÓN

¿Espionaje industrial? Ya puede poner a '007' en su móvil de empresa

La compañía Secomdata distribuye un sistema antiescuchas basado en el secreto bancario suizo

L. R. G.

MADRID. ¿Teme que alguien pueda estar escuchando las conversaciones telefónicas de los directivos y altos ejecutivos de su empresa y le robe información confidencial? La compañía española Secomdata se encarga de darle respuesta a través de Red Phone, una herramienta que distribuye en el mercado español y portugués con el objetivo de evitar el espionaje industrial a través de las llamadas de móvil.

Según la propia compañía, "delincuentes, empresas recolectoras de información, investigadores privados y gobiernos utilizan las escuchas telefónicas. Las víctimas pierden miles de millones. Los ejecutivos, altos funcionarios e, incluso, personas privadas necesitan cada vez más usar métodos criptográficos para proteger la privacidad de sus comunicaciones".

Red Phone hace posible que cualquier usuario tenga la seguridad de que sus comunicaciones móviles no están siendo captadas ilegalmente por una tercera persona. ¿Cómo funciona? Secomdata pone a la disposición de sus clientes dos tipos de solución. La primera es de carácter individual y está orientada a usuarios particulares.

La segunda es una solución de carácter corporativo, y según la compañía está pensada para ofrecer servicios antiespionaje principalmente a empresas y partidos políticos. En ninguna de las dos soluciones se requiere el cambio de operadora, dispositivo móvil ni número de teléfono. El objetivo de Secomdata es llegar a todas aquellas personas y empresas de España que, por el tipo de información confidencial

que transmiten a través de sus teléfonos móviles, no quieren arriesgarse a ser intervenidas mediante una escucha telefónica ilegal.

Para Nokia y Blackberry

Esta solución funciona sobre Nokia y Blackberry, permitiendo proteger tanto las conversaciones de voz como los mensajes de texto y los correos electrónicos, con un nivel de seguridad que Secomdata califica de "militar y sin precedentes, que permite a los hombres de negocio, responsables públicos e individuos comunicarse en todas partes y fácilmente".

El programa Red Phone consiste en trasladar al ámbito de las telecomunicaciones el concepto del secreto bancario suizo. De hecho, la compañía que ha desarrollado esta estrategia, Adeya, es de origen

8

PAÍSES. La herramienta se vende en Suiza, Rusia, Inglaterra, España, Portugal, Hungría, Polonia e Italia.

suizo. "El sistema no sólo utiliza la *standard* de encriptación de alta seguridad AES 256 bits (recomendada por el Gobierno de USA) sino el estándar de máxima seguridad, basado en claves de generación cuántica, usado en las comunicaciones secretas intergubernamentales", indican desde Secomdata, que se ha convertido en distribuidor oficial de esta herramienta para España y Portugal.

De esta manera, gracias a la tecnología del fabricante suizo Adeya, desarrollada en un país donde las empresas pueden crear y vender soluciones de seguridad de última vanguardia sin ninguna interferencia gubernamental, Secomdata Technologies pone al alcance del mercado español y portugués este revolucionario sistema.



La herramienta evita las escuchas telefónicas no deseadas. eE