DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/all/themes/mincom/logo.png
Ministerio de Comunicaciones
Published on *Ministerio de Comunicaciones* (https://www.mincom.gob.cu)

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/nadine-shaabana-dzymae-va-unsplash-identidad-digital.jpg

Cuando la identidad digital se convierte en un importante acelerador del negocio

Fuente:
Computer World

Presionadas por la actual coyuntura, en la que el canal digital es la principal vía de ingresos y en la que el trabajo en remoto es la ‘nueva normalidad’, las organizaciones (públicas y privadas) reconocen en la identidad digital el nuevo acelerador de sus negocios, como se concluyó en un evento de IDG Research.

La identidad digital se ha convertido de la noche a la mañana es un aspecto crítico para las organizaciones. La digitalización acelerada de la forma de vivir y de trabajar impuesta por la COVID-19 ha generado un ‘tsunami’ de verificación de identidades al que las empresas deben hacer frente. Presionadas por la actual coyuntura, en la que el canal digital es la principal vía de ingresos y en la que el trabajo en remoto es la ‘nueva normalidad’, las organizaciones tanto públicas como privadas reconocen en la identidad digital el nuevo acelerador de sus negocios.

Sin embargo, no parece tarea fácil de puertas adentro de la organización pero, sobre todo, de cara al cliente final. En palabras de Carlos Pastor, Innovación Bolsas y Mercados Españoles y Líder de la Comisión de Identidad Digital de Alastria, “ahora mismo nos encontramos con una identidad digital absolutamente fragmentada es decir, el usuario tiene un pseudoidentidad con cada uno de los interlocutores con los que interacciona, cuando la idea es que el usuario tenga una única identidad digital con la que pueda hacer todas las operaciones y las transacciones, desde alquilar una bici hasta pagar impuestos”.

Pastor ha clausurado esta mañana el evento organizado por IDG Research, en colaboración con One Identity by Quest, HP, Okta, AMD y Uniway, bajo el título “Identidad Digital. Acelerador de los negocios digitales”. El encuentro ha abordado la necesidad de una estandarización de la identidad que permita, asegura Pastor, “competir en la calidad de servicio y no en generar múltiples identidades”. En este punto, Pastor ha destacado “la firme voluntad de la Unión Europea por crear un estándar común que permita el impacto positivo que todos buscamos”.

Vitaliy Siciliano, ingeniero de soluciones para el sureste de Europa de Okta, ha incidido en esta idea y ha manifestado que “es crítico consolidar las diferentes identidades de una misma persona”, convencido de que trabajar en silos y sin un punto común de identidad acaba repercutiendo en la experiencia de usuario. “Hablamos —ha apuntado Raúl Dopazo, arquitecto de soluciones para EMEA de One Identity Iberia— de tiempos de inactividad o bajas ratios de uso de aplicaciones en el caso del usuario interno y, desde el punto de vista del cliente final, de ‘stoppers’ que tiene un coste oculto como por ejemplo, no terminar la transacción”.

A pesar de la voluntad que muestra el mercado por trabajar en esta dirección, Carlos Kuchovsky, director de tecnología y responsable de investigación y desarrollo de New Digital en BBVA, se ha mostrado escéptico: “Lo que hoy llamamos identidad digital en realidad es identidad digitalizada. Las empresas que ya tiene un recorrido en Internet lo que han hecho es digitalizar sus servicios y uno de ellos ha sido la identidad”. Según Kuchovsky, “la identidad digital es programable y sabe interactuar con otros entornos digitales”. Y este sentido, todavía hay un largo camino por recorrer.

Disponible en:

https://www.computerworld.es/tendencias/cuando-la-identidad-digital-se-c... [1]

Links
[1] https://www.computerworld.es/tendencias/cuando-la-identidad-digital-se-convierte-en-un-importante-acelerador-del-negocio