



# Las 8 Tendencias de Transformación Digital que Darán Forma a Los Negocios y La Sociedad

Por qué las tendencias globales de consumo hacen que la Gestión de Identidades y Accesos de Cliente (CIAM) sea un imperativo

# Resumen Ejecutivo

Ocho tendencias de transformación digital dan forma a las empresas y la sociedad de forma activa e interdependiente y aumentan la complejidad del panorama en el que las organizaciones de las empresas tienen que moverse. Para sobrevivir y prosperar en la era postpandémica y más allá, las organizaciones deben poder interactuar con todos.

## 1. Interrumpido. La Economía de la Reinención

La pandemia lo ha trastocado todo. Ahora las empresas están en un juego de alto riesgo de reinventarse para atraer y retener clientes, reducir sus pérdidas y preparar sus negocios para el futuro.

## 2. Ecosistemas Asociados

Como parte de su reinención, las empresas están entrando en ecosistemas digitales de múltiples partes para satisfacer la insaciable demanda de los consumidores de experiencias excepcionales y comodidad.

## 3. Experiencias Phygital

Independientemente de cómo o dónde los consumidores interactúen con una empresa, quieren una experiencia perfecta que combine elementos físicos y digitales.

## 4. Internet de las Cosas (IoT)

Se espera que el mercado global de consumo de IoT crezca de \$ 97,50 mil millones en 2020 a un estimado de \$ 188,34 mil millones en 2026.<sup>1</sup> Desafortunadamente, la mayoría de las “cosas” no son seguras.

## 5. Delito Informático, Infracciones, Fraude y Extralimitación

La cantidad de filtraciones de datos, fraude, ransomware y detecciones de extralimitación se ha disparado y no hay señales de que vaya a disminuir.

## 6. Opinión Pública y Activismo

Hoy es la era de la desconfianza. La opinión pública ha tomado un giro defensivo. Los consumidores quieren controlar sus datos personales y quieren que las empresas rindan cuentas.

## 7. Política de Privacidad, Consentimiento y Datos

En respuesta a la demanda pública, los gobiernos de todo el mundo han promulgado regulaciones de privacidad, consentimiento y datos. Se esperan más en los próximos años.

## 8. Gen Z, Gen Alpha y el Metaverso

La Generación Z es ahora la generación más grande, representando el 32% de la población mundial.<sup>2</sup> Detrás está la Generación Alfa, que tiene menos de 12 años, pero sus miembros influyen en compras por más de \$500 mil millones. En los próximos años, Gen Z y Gen Alpha no solo jugarán en Metaversos durante los próximos años, sino que también aprenderán, trabajarán, comprarán e invertirán en ellos.

Para abordar las ocho tendencias, las organizaciones líderes están recurriendo a plataformas de identidad de clase empresarial diseñadas específicamente para consumidores, IoT y casos de uso emergentes.

<sup>1</sup> <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/consumer-iot-market>

<sup>2</sup> <https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>

# ForgeRock: El Líder Indiscutible del CIAM

Identificado como el líder en identidad externa y gestión de identidad y acceso de cliente (CIAM) por Gartner, Forrester y KuppingerCole, ForgeRock Enterprise CIAM es la única solución en el mercado capaz de abordar las ocho tendencias y el futuro al que apuntan.

ForgeRock Enterprise CIAM permite a las organizaciones empresariales:

- Reinventar sus estrategias empresariales y de TI para gestionar las interrupciones y satisfacer las demandas de los consumidores
- con agilidad y resiliencia a escala
- Participar de forma segura en ecosistemas digitales multipartidistas
- Ofrezca experiencias de consumidor omnicanal seguras y sin fricciones en dominios físicos y digitales
- Asegure el IoT y gestione las relaciones entre las personas y sus cosas
- Cumplir con las normas de privacidad, consentimiento, datos y establecerse como marcas de confianza
- Identifique y proteja contra el delito informático y el fraude.
- Preparar sus negocios para el futuro para satisfacer las demandas de generaciones.

Con ForgeRock, las empresas no solo pueden abordar las ocho tendencias, sino también estar un paso por delante de ellas. Los resultados de la solución CIAM de ForgeRock incluyen nuevas oportunidades para aumentar los ingresos a través de características diseñadas para respaldar experiencias de consumo superiores que superan las expectativas, reducen el riesgo y el fraude a través de la seguridad Zero Trust y mejoran la confianza y la lealtad digitales a través de un mayor enfoque en la privacidad y el cumplimiento del consentimiento.

# Índice

<b>Las 8 Tendencias de Transformación Digital que Darán Forma a los Negocios y La Sociedad</b> .....	<b>5</b>
1. Interrumpido. La Economía de la Reinención.....	6
2. Ecosistemas Asociados.....	8
3. Experiencias Phygital.....	9
4. Dispositivos Inteligentes e Internet de las Cosas.....	10
5. Delitos Informáticos, Filtraciones de Datos, Fraudes y Extralimitación.....	11
6. Opinión Pública y Activismo.....	13
7. Política de Privacidad, Consentimiento y Datos.....	15
8. Gen Z, Gen Alpha y el metaverso.....	17
<b>El imperativo de CIAM</b> .....	<b>19</b>
<b>Cómo abordar las ocho tendencias con Enterprise CIAM</b> .....	<b>20</b>
<b>Por qué los sistemas de identidad heredados y locales son inadecuados</b> .....	<b>22</b>
<b>El caso de negocios para el Enterprise CIAM</b> .....	<b>23</b>
<b>ForgeRock: El líder indiscutible del Enterprise CIAM</b> .....	<b>25</b>
<b>A dónde ir desde aquí</b> .....	<b>26</b>

# Las 8 Tendencias de Transformación Digital que darán forma a los negocios y la sociedad

Por qué las tendencias globales de consumo hacen que la Gestión de Identidades y Accesos de Cliente (CIAM) sea un imperativo

Ocho tendencias de transformación digital dan forma a las empresas y la sociedad de forma activa e interdependiente y aumentan la complejidad del panorama en el que las organizaciones de las empresas tienen que moverse. Para sobrevivir y prosperar en la era post-pandémica y más allá, las organizaciones deben poder interactuar con todos.

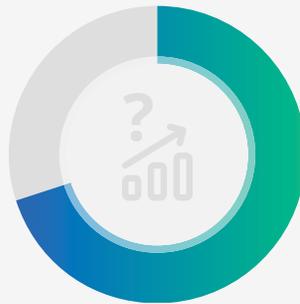


# Interrumpido. La Economía de la Reinención.

Para comprender la 'economía de la reinención', se requiere entender la economía disruptiva. Los consumidores quieren experiencias omnicanal perfectas y personalizadas. Para satisfacer esta demanda y mantenerse por delante de la competencia, las empresas están haciendo un gran esfuerzo para desarrollar nuevos servicios y refinar las experiencias para "interrumpir" el mercado.

Por ejemplo, Amazon irrumpió en el mercado en 2005 con Prime —

El **70%** de los encuestados calificó el crecimiento disruptivo como fundamental para el éxito de sus empresas, pero solo el 13% confiaba que su empresa podría cumplir con esta prioridad estratégica.<sup>3</sup>



**Deloitte.**

prometiéndole envío gratuito de dos días para los miembros. Más de 15 años después, otros minoristas aún se esfuerzan por competir contra las expectativas comunes de los consumidores actuales.

La naturaleza de la economía disruptiva es que está en constante evolución. Las organizaciones están desarrollando formas nuevas e innovadoras de servir y deleitar a los clientes. A su vez, los consumidores se adaptan a las nuevas innovaciones y las convierten en expectativas, lo que lleva a las empresas a presentar una vez más la próxima innovación.

El baile íntimo entre la innovación digital y las expectativas del consumidor ha definido y dado forma a la sociedad durante más de dos décadas. Antes de la pandemia, la capacidad de ofrecer experiencias de cliente omnicanal personalizadas e impecables impulsó las iniciativas de transformación digital en todas las industrias. Para la mayoría de las organizaciones, estas iniciativas tardaron años en planificarse e implementarse. Sin embargo, cuando llegó la pandemia, los servicios digitales se convirtieron en un salvavidas para personas y organizaciones. En un abrir y cerrar de ojos, los plazos de la transformación digital cambiaron de años a semanas. Las empresas que llegaron a la cima fueron aquellas con infraestructuras de TI ya modernizadas y ofertas de servicios digitales que pudieron satisfacer la demanda de los consumidores desde el primer día.

Con la disrupción final de la pandemia, nació la economía de la reinención.

La pandemia desató una tormenta de transformación digital en todo el mundo. Ahora que las empresas y los gobiernos se enfrenan a la incertidumbre económica mundial, los líderes están en una carrera para atraer y retener clientes, reducir pérdidas y preparar sus negocios para el futuro.

Con el fin de competir y servir a los consumidores en un mundo donde prima lo digital, las organizaciones están invirtiendo recursos sin

<sup>3</sup> [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730\\_TT-Landing-page/DI\\_2021-Tech-Trends.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730_TT-Landing-page/DI_2021-Tech-Trends.pdf)

precedentes para reinventarse a sí mismas y volverse más inteligentes, más ágiles y más resilientes. Por ejemplo, están renovando sus infraestructuras de TI y migrando a la nube siempre que sea posible; integración de sensores, balizas y dispositivos para el Internet de las Cosas (IoT); Implementar inteligencia artificial (IA), aprendizaje automático (ML) y automatización de procesamiento robótico (RPA); y construir gemelos digitales y mundos reflejados.



Dado que las experiencias de los consumidores son lo primero, el esfuerzo masivo detrás de la economía de reinención tiene como objetivo preparar a las empresas para el futuro para golpear al mundo no solo donde aterrizó con la pandemia, sino hacia dónde se dirige. Esto requiere la unión de la estrategia empresarial con soluciones tecnológicas modernas.

**Adquirir habilidades preparadas para el futuro es fundamental, particularmente para construir una organización resiliente capaz de identificar y responder a la volatilidad ala disrupción.<sup>5</sup>**

**Gartner**

4 [https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/\\_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf](https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf)

5 Gartner, The C-Suite Guide: Accelerate Digital for Future-Ready Business. Frameworks for composable tech, empowered customers and the future of work, 2021

# 2

## Ecosistemas Asociados

Como parte de su reinención, las empresas están entrando en ecosistemas digitales de múltiples partes para satisfacer la insaciable demanda de los consumidores de experiencias excepcionales y conveniencia omnicanal personalizada.

Según McKinsey<sup>6</sup>, los ecosistemas digitales ahora impulsan a siete de las 12 empresas más grandes del mundo por capitalización de mercado. Impulsadas por tecnologías como la nube y las interfaces de programación de aplicaciones (API), estas redes de asociados mejoran la eficiencia operativa, la transparencia y la escalabilidad; ampliar las ofertas de servicios; y ayudar a ofrecer experiencias disruptivas.

En el sector de la salud, por ejemplo, proveedores, pagadores, minoristas y otros actores de la industria están uniendo fuerzas para crear ecosistemas digitales de salud que combinan múltiples servicios en una aplicación conveniente orientada al cliente. Por ejemplo, con una sola aplicación, los consumidores pueden programar citas, participar en visitas de telemedicina, ver los resultados de sus pruebas, pagar sus facturas, hacer un reclamo, recibir recordatorios de atención y consejos, y ver cuándo sus recetas están listas para ser recogidas.

Las empresas líderes han aprendido que una estrategia ganadora es trabajar juntas para crear soluciones para una experiencia fluida de extremo a extremo en todo el recorrido del cliente. Es fundamental para estos esfuerzos que los ecosistemas digitales de múltiples partes se basen en la seguridad de API y solo requieran otorgar acceso adecuado a los sistemas y datos a través de los límites de la empresa.

### \$60 billón

Nuestra investigación muestra que un nuevo conjunto de ecosistemas digitales podría representar más de 60 billones de dólares en ingresos, o más del 30 % de los ingresos corporativos globales, para 2025.<sup>7</sup>

McKinsey  
& Company



<sup>6,7</sup> <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-strategy-and-corporate-finance-blog/if-youre-not-building-an-ecosystem-chances-are-your-competitors-are>

# Experiencias Phygital

La pandemia provocó muchas cosas; incluyendo una nueva apreciación de la experiencia personal. Al mismo tiempo, presentó al público las comodidades que hacen posibles los servicios digitales. Ahora la gente anhela lo mejor de ambos mundos.

A medida que las empresas reinventen las posibilidades de los productos y servicios basados en la tecnología, pronto se encontrarán desempeñando un papel más activo que nunca en la relación entre las personas y la tecnología.<sup>8</sup>

accenture

Según Ken Hughes, un destacado investigador del comportamiento de compra y del consumidor, "Humanizar la experiencia del cliente nunca ha sido más importante. Una buena CX (experiencia del cliente) no se trata solo de conveniencia, también se trata de conexión. Lo digital puede brindarnos eficiencia, pero la conexión real ahora proviene del contacto humano empático. Se trata de Silicio y alma."

Omnicanal ahora significa todos los canales, incluido el canal físico. No importa cómo los consumidores interactúen con una empresa, quieren una experiencia personalizada y sin inconvenientes que continúe donde la dejaron. Para lograr esto, las empresas están diseñando experiencias "phygital": recorridos de clientes personalizados compuestos por una combinación de elementos físicos y digitales.

Físico + digital es la nueva medida. Durante los próximos 18 a 24 meses, esperamos que las empresas líderes adopten la tendencia hacia soluciones personalizadas para miles de millones explorando formas de aprovechar el diseño centrado en el usuario y la tecnología digital para crear interacciones personalizadas y enriquecidas digitalmente a escala.<sup>10</sup>

Deloitte.

Por ejemplo, algunos proveedores de atención médica están utilizando aplicaciones y geolocalización para ayudar a los pacientes a navegar por los grandes campus médicos con indicaciones en tiempo real para llegar al lugar de su cita. Otro ejemplo son los minoristas que envían avisos por SMS a los clientes mientras estás en la tienda física ofreciendo ofertas personalizadas o incluso dirigiendo a los clientes para que encuentren la ubicación de los productos que buscaron en línea. Los restaurantes también ofrecen experiencias phygital al integrar códigos QR que abren menús. Además, utilizan aplicaciones que permiten a los clientes dividir fácilmente sus cheques y pagar sus facturas. Las experiencias phygital también se han abierto camino en las tiendas de ropa. Algunos minoristas, como Macy's, han instalado espejos AR (realidad aumentada) inteligentes en sus tiendas físicas, lo que permite a los clientes ver cómo les quedan las prendas antes de probárselas físicamente.

En los próximos años, la integración de experiencias digitales y físicas en la vida cotidiana jugará un papel destacado. Es importante destacar que la entrega de experiencias Phygital se basa en conocer al cliente en cada punto de contacto, infundiendo seguridad y confianza.

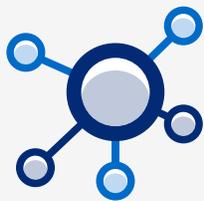
8 [https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/\\_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf](https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf)

9 <https://kenhughes.info/wp-content/uploads/2020/11/The-captive-economy-2021.pdf>

10 [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730\\_TT-Landing-page/DI\\_2021-Tech-Trends.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730_TT-Landing-page/DI_2021-Tech-Trends.pdf)

# Dispositivos inteligentes y Internet de las Cosas

Los dispositivos inteligentes que componen el Internet de las cosas (IoT) se han vuelto omnipresentes a medida que las empresas de todas las industrias desarrollan nuevas ofertas y experiencias físicas. Según Market Data Forecast<sup>11</sup>, se espera que el mercado global de IoT de consumo crezca de 97 500 millones de USD en 2020 a un estimado de 188 340 millones de USD en 2026.



Los dispositivos de Internet de las cosas (IoT) se encuentran entre las máquinas conectadas de forma menos segura, pero también se están volviendo omnipresentes en nuestras vidas.<sup>12</sup>

WORLD  
ECONOMIC  
FORUM

Desde espejos inteligentes ficticios hasta termómetros, colchones, automóviles, zapatos y juguetes, las empresas orientadas al consumidor se basan cada vez más en cosas de IoT, los datos que recopilan y las aplicaciones a las que se conectan.

Por ejemplo, Philips ha desarrollado una línea de bombillas inteligentes llamada Philips Hue. Las bombillas se conectan a la aplicación móvil Philips Hue, que permite a los usuarios controlar la configuración de la luz para cosas como el brillo, el color o el estado de ánimo. Los clientes también pueden conectar las bombillas a dispositivos como Amazon Echo o Google Nest para realizar ajustes de iluminación con manos libres o sobre la marcha.

Si bien IoT mejora la vida de los consumidores y ayuda a las organizaciones a diferenciarse con ofertas de servicios novedosos, la desafortunada realidad es que la mayoría de las cosas de IoT no son seguras y pueden usarse de manera maliciosa. Los ataques cibernéticos de IoT se duplicaron con creces año tras año en la primera mitad de 2021, lo que resultó en alrededor de 1510 millones de infracciones, frente a los 639 millones de 2020.<sup>13</sup>

Es importante destacar que las consecuencias de los ataques y las infracciones de IoT pueden ser graves, por lo que la seguridad de las identidades de IoT y sus datos es una prioridad máxima.

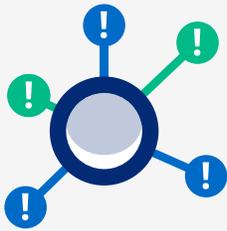
<sup>11</sup> <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/consumer-iot-market>

<sup>12</sup> <https://www.weforum.org/agenda/2021/08/threats-to-iot-devices-are-constantly-evolving-but-is-security-keeping-up/>

<sup>13</sup> <https://www.iiotworldtoday.com/2021/09/17/iiot-cyberattacks-escalate-in-2021-according-to-kaspersky>

# Delito Informático, Infracciones, Fraude y Extralimitación

Con la dinámica de la digitalización, las tácticas en evolución del delito informático y la guerra cibernética también están aumentando. Nada es peor para una organización comercial hoy en día que un ataque, una violación o una reputación dañada debido a prácticas de seguridad y gestión de datos deficientes. Solo en los últimos años, la cantidad de violaciones de seguridad, ataques de phishing, fraude, ransomware y extralimitación ha alcanzado nuevos niveles.



El crecimiento previsto de los dispositivos inteligentes, del 5G, del Edge Computing y de la inteligencia artificial promete crear aún más datos, nodos conectados y por consiguiente, que se amplíen los campos de ataque.<sup>14</sup>

**Deloitte.**

85%

Casi el 85% de las violaciones de datos exitosas involucraron personas defraudadas.<sup>15</sup>

80%

Las aplicaciones web son el principal vector de ataque asociado con más del 80% de las brechas de seguridad.<sup>16</sup>

61%

61% de todas las violaciones de datos son el resultado de esquemas como el phishing que roba credenciales.<sup>17</sup>

2B

2 Billones de registros de datos con nombre de usuario y contraseñas fueron comprometidos en 2021.<sup>18</sup>

136%

Los ciberataques de IoT aumentaron un 136 % solo en la primera mitad de 2021.<sup>19</sup>

<sup>14</sup> [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730\\_TT-Landing-page/DI\\_2021-Tech-Trends.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730_TT-Landing-page/DI_2021-Tech-Trends.pdf)

<sup>15</sup> <https://www.cbsnews.com/news/ransomware-phishing-cybercrime-pandemic/>

<sup>16</sup> <https://enterprise.verizon.com/content/verizonenterprise/us/en/index/resources/reports/2021-dbir-executive-brief.pdf>

<sup>17</sup> <https://www.cbsnews.com/news/ransomware-phishing-cybercrime-pandemic/>

<sup>18</sup> <https://www.forgerock.com/resources/analyst-report/2022-forgerock-consumer-identity-breach-report>

<sup>19</sup> <https://www.iotworldtoday.com/2021/09/17/iot-cyberattacks-escalate-in-2021-according-to-kaspersky/>

Las claves compartidas utilizadas para obtener acceso a un sistema de TI (nombres de usuario, contraseñas e información de identificación personal (PII)) son algunas de las formas de información más buscadas por los ciberdelincuentes.

Aquí hay algunos ejemplos recientes notables. En 2019, los piratas informáticos ingresaron a SolarWinds con una contraseña robada, lo que afectó a hasta 18 000 de sus clientes, incluidas empresas de Fortune 500 y agencias gubernamentales de EE. UU. En 2020, el gobierno de EE. UU. supuestamente pagó \$ 400 mil millones en beneficios de desempleo fraudulentos a una red internacional de delincuentes.<sup>20</sup> En 2021, el distribuidor químico alemán Brenntag pagó un rescate de \$ 4,4 millones para recuperar 150 GB en registros médicos robados y otros datos confidenciales.<sup>21</sup> En el mismo año, una violación de datos de Microsoft Power Apps afectó a 47 empresas en múltiples industrias, exponiendo 38 millones de registros de información de identificación personal (PII).<sup>22</sup>

Si bien se han logrado avances en los últimos años, las consecuencias legales de las infracciones y los excesos a menudo no han alcanzado las expectativas de los consumidores. Además, cuando se ha robado información personal, los consumidores están muy insatisfechos con la compensación y las reparaciones que les ofrecen las organizaciones.

El público está desilusionado. Más de una década de filtraciones de datos han afectado no solo la forma en que las personas ven e interactúan con las organizaciones, sino también lo que esperan en términos de seguridad, acceso, control y uso de sus datos personales.

Cuando estas responsabilidades “bidireccionales, de B a C” no se cumplen, los resultados son peores que los clientes decepcionados: el fracaso crea una sociedad desilusionada con el modelo de innovación integrado en el que las empresas confían para prosperar.<sup>23</sup>

accenture



20 <https://www.forbes.com/sites/jackkelly/2021/06/12/the-most-brazen-400-billion-unemployment-funds-heist-in-history/?sh=279ec76a2020>

21 <https://heimdalsecurity.com/blog/chemical-distributor-brenntag-says-what-data-was-stolen-during-the-ransomware-attack/>

22 <https://healthitsecurity.com/news/microsoft-data-breach-exposes-38m-records-containing-pii>

23 [https://www.accenture.com/t20180227T215953Z\\_w\\_/us-en/\\_acnmedia/Accenture/next-gen-7/tech-vision-2018/pdf/Accenture-TechVision-2018-Tech-Trends-Report.pdf#zoom=50](https://www.accenture.com/t20180227T215953Z_w_/us-en/_acnmedia/Accenture/next-gen-7/tech-vision-2018/pdf/Accenture-TechVision-2018-Tech-Trends-Report.pdf#zoom=50)

# Opinión Pública y Activismo

La sociedad ha llegado a una época de desconfianza. En este contexto, las personas son muy conscientes de las capacidades de recopilación de datos de los motores de búsqueda, las cookies y las cosas de IoT, así como de la amenaza de los delitos informáticos como el phishing y el fraude. Como resume el Pew Research Center, están “preocupados, confundidos y sienten que no tienen control sobre su información personal.”<sup>24</sup>



Según nuestra encuesta, los factores más importantes para los consumidores cuando comparten datos personales con una empresa son la recopilación y el almacenamiento seguros (63%), seguidos del control sobre qué datos se comparten (57%) y la confianza en la empresa (51%). Si las organizaciones no brindan estas garantías, buscarán en otra parte.<sup>25</sup>



Según múltiples encuestas realizadas por organizaciones como Pew Research Center, la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, EY, PwC, Salesforce y RSA:

54%

de los consumidores dicen que la COVID-19 les ha hecho más conscientes de los datos personales que comparten hoy en día que antes de la pandemia.<sup>26</sup>

54%

de los clientes dicen que es más difícil que nunca que las empresas se ganen su confianza.<sup>27</sup>

81%

de los consumidores dicen que los riesgos potenciales de las empresas que recopilan datos son mayores que los beneficios.<sup>28</sup>

<sup>24</sup> <https://www.pewresearch.org/internet/2019/11/15/americans-and-privacy-concerned-confused-and-feeling-lack-of-control-over-their-personal-information/>  
<sup>25</sup> [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_es/topics/resilient-enterprise/ey-global-consumer-privacy-study-2020-single-pages.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/topics/resilient-enterprise/ey-global-consumer-privacy-study-2020-single-pages.pdf)  
<sup>27</sup> <https://www.salesforce.com/form/pdf/state-of-the-connected-customer-3rd-edition/>  
<sup>28</sup> <https://www.pewresearch.org/internet/2019/11/15/americans-and-privacy-concerned-confused-and-feeling-lack-of-control-over-their-personal-information/>

41%

de los residentes de la Unión Europea no quieren que sus datos personales se compartan con empresas privadas.<sup>29</sup>

64%

de los estadounidenses culpan a la empresa, no al pirata informático, cuando sus datos son pirateados..<sup>30</sup>

83%

de los australianos quiere que el gobierno haga más para proteger su privacidad.<sup>31</sup>

Como muestran las estadísticas anteriores, la opinión pública ha tomado un giro defensivo, haciendo que la interacción entre la empresa y la sociedad sea de gran importancia. Como resultado, la sociedad ahora está impulsando la transparencia organizacional y el desarrollo regulatorio.

Por ejemplo, Max Schrems, un abogado activista, lanzó campañas contra Facebook, ahora Meta Inc., por violaciones de datos y la inadecuación del marco del Escudo de privacidad de la Unión Europea (UE) y EE. UU. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) falló a favor de Schrems en dos casos, uno que involucró cómo las organizaciones de todo el mundo manejan los datos de los usuarios.

29 <https://fra.europa.eu/en/news/2020/how-concerned-are-europeans-about-their-personal-data-online>

30 <https://www.rsa.com/content/dam/en/misc/rsa-data-privacy-and-security-survey-2019.pdf>

31 <https://www.oaic.gov.au/engage-with-us/research/australian-community-attitudes-to-privacy-survey-2020-landing-page/2020-australian-community-attitudes-to-privacy-survey#:~:text=Eighty%2Dthree%20percent%20of%20Australians,feel%20it%20is%20poorly%20protected.>

32 [https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/\\_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf](https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf)

33 <https://fortune.com/2021/11/08/facebook-whistleblower-european-parliament-big-tech-eu/>

## La confianza y la aceptación irán de la mano para la próxima generación de productos y servicios.<sup>32</sup>

accenture

Otro ejemplo es el testimonio de la denunciante de Facebook Frances Haugen, quien reveló que la empresa no había respondido a una investigación que mostraba que los algoritmos y las tácticas utilizadas en las plataformas de Instagram y Facebook se dirigían a dañar a niñas y adolescentes, además de otras revelaciones importantes. Este testimonio ha provocado el apoyo bipartidista para la acción regulatoria en los Estados Unidos. También le da impulso a la Ley de Servicios Digitales (DSA, por sus siglas en inglés) propuesta por la UE, que tiene como objetivo restringir severamente el contenido ilegal, incluida la desinformación, y obligar a las industrias de alta tecnología a transformar los algoritmos que recopilan datos personales de las personas y el contenido para que los usuarios sean más específicos, más transparente.<sup>33</sup>

# 7

## Política de Privacidad, Consentimiento y Datos de Regulaciones

A medida que los consumidores están mejor informados sobre cómo se recopila, utiliza y abusa de su información personal, exigen más protección, transparencia, privacidad y control. En respuesta, los gobiernos de todo el mundo han redactado y promulgado una variedad de regulaciones de privacidad. Éstas incluyen:

**Australia:** Derecho de los Consumidores a los Datos (CDR) y Ley de Enmienda de la Privacidad (Violaciones de Datos Notificables)

**Bahréin:** Ley de Protección de Datos Personales

**Brasil:** La Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

**Canadá:** Ley de aplicación de la Carta Digital, aún no aprobada

**Chile:** Ley de Protección de Datos, Ley 19.628

**China:** Ley de Protección de Datos Personales (PDPL), aún no adoptada

**Unión Europea:** Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

**India:** aún no se ha aprobado el proyecto de ley de protección de datos personales (PDPB)

**Israel:** Reglamento de seguridad de datos

**Japón:** Ley de Protección de Datos Personales

**Kenia:** Ley de protección de datos

**Qatar:** Ley n° 13

**Sudáfrica:** Ley de Protección de Datos Personales (POPIA)

**Corea del Sur:** Ley de Protección de Datos Personales

**Suiza:** Ley de protección de datos

**Tailandia:** Ley de Protección de Datos Personales (PDPA)

**Estados Unidos:** Ley de Protección de la Privacidad del Consumidor de California (CCPA) y Ley de Derechos de Privacidad de California (CPRA)

**Estados Unidos :** Ley de Privacidad de Colorado (CPA)

**Estados Unidos :** Ley SHIELD de Nueva York

**Estados Unidos :** Ley de Protección de Datos de los Consumidores de Virginia (CDPA)

**Turquía:** Ley de Protección de Datos Personales n° 6698

Si bien hay matices, la mayoría de estas regulaciones exigen que las empresas mantengan la seguridad de los datos y notifiquen a las personas cuando se produce una infracción. El RGPD, aprobado en 2016, es la regulación más completa y profunda. Muchos otros gobiernos han modelado sus acciones a partir de él. El RGPD contiene reglas como:

- El consentimiento para el uso de datos personales debe darse de forma clara y ser fácilmente revocable.
- Todos los datos personales deben proporcionarse al consumidor y eliminarse (borrar) a pedido.
- Las notificaciones de brechas de seguridad deben enviarse dentro de las 72 horas posteriores a la detección de un incidente.
- La recopilación y el uso de datos corporativos deben diseñarse teniendo en cuenta los protocolos de seguridad adecuados.

# 113,5%

Entre julio de 2020 y julio de 2021, el número de incumplimientos del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) aumentó un 113,5 %.<sup>34</sup>

<sup>34</sup>, <sup>35</sup> <https://dataprivacymanager.net/5-biggest-gdpr-fines-so-far-2020/>

<sup>36</sup> [https://iapp.org/media/pdf/resource\\_center/IAPP\\_EY\\_Annual\\_Privacy\\_Governance\\_Report\\_2021.pdf](https://iapp.org/media/pdf/resource_center/IAPP_EY_Annual_Privacy_Governance_Report_2021.pdf)

La importancia de cumplir con la normativa de protección de datos no ha escapado a la mente de los líderes empresariales. Entre julio de 2020 y julio de 2021, el número de infracciones del RGPD aumentó un 113,5 %.<sup>35</sup> Por ejemplo, en 2021, Amazon recibió una multa de 746 millones de euros (888 millones de dólares) por violar el RGPD, la multa más alta jamás vista.



Espera-se que os regulamentos de dados e privacidade evoluam nos próximos anos à medida que os negócios e a sociedade continuem a negociar. Vários países também estão discutindo leis de resgate e um padrão de privacidade global.

Para recuperar e construir a confiança do cliente, as organizações empresariais devem cumprir as regulamentações e dar aos clientes, controle sobre seus dados.

# Gen Z y Gen Alpha y el Metaverso

Los millennials han estado en los titulares durante bastante tiempo. Sin embargo, las organizaciones líderes también están pendientes de los futuros creadores Generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) y Generación Alfa (nacidos entre 2013 y 2028).

La Generación Z pronto se convertirá en la mayor cohorte de consumidores, y las marcas que deseen participar en esta oportunidad deben comprender sus tendencias y expectativas digitales.<sup>37</sup>

INSIDER  
INTELLIGENCE

La Generación Z es ahora la generación más grande, representando el 32% de la población mundial, superando a los Millennials y Baby Boomers.<sup>38</sup> Esta generación tiene un gran impacto en las compras de los hogares y su poder adquisitivo anual es de US\$143 mil millones.<sup>39</sup>

Criados en la era de las PC, los teléfonos móviles, las tabletas y una multitud de plataformas de redes sociales, los Gen Zers son nativos digitales. La investigación de WP Engine muestra que el 52% de los Gen Zers no pueden pasar más de cuatro horas sin acceso a Internet antes de sentirse incómodos.<sup>40</sup> Además, esta generación técnicamente

## \$143 mil millones

Actualmente, la Generación Z tiene un poder adquisitivo de \$143 mil millones por año y tiene una fuerte influencia en las compras de los hogares.<sup>41</sup>

inteligente no diferencia entre canales físicos y digitales. Y mientras que los Millennials prosperan con experiencias instantáneas, perfectas, predictivas y personalizadas las 24 horas del día, los 7 días de la semana, la Generación Z no tolera nada menos. También protegen más su información personal, ya que crecieron en medio de violaciones de datos de alto perfil.

Pisándole los talones a la Generación Z está la Generación Alfa, los hijos de la generación del milenio. Los ancianos de la generación alfa tienen menos de 12 años, pero influyen en más de \$500 mil millones en compras y están diseñados para una gratificación instantánea.<sup>42</sup> Sus juguetes incluyen cosas conectadas de IoT. Interactúan con el mundo a través de la Realidad Aumentada (AR) y realidad virtual (VR). Y cuando tienen preguntas, le piden respuestas a Alexa de Amazon.

38 <https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>

39 <https://www.lexingtonlaw.com/blog/credit-cards/generation-z-spending-habits.html>

40 <https://wpengine.com.au/gen-z-aus/>

41 <https://www.lexingtonlaw.com/blog/credit-cards/generation-z-spending-habits.html>

42 <https://www.spectrapartnership.com/shakeout-6-trends-shaping-generation-alpha-part-1/>

Tanto Gen Z como Gen Alpha son leales a las experiencias más que a las marcas. Debido a su influencia y capacidades digitales, las empresas líderes tienen el dedo en el pulso de Gen Z y Gen Alpha y están ampliando sus hojas de ruta de productos en consecuencia. Esto incluye servicios de consumo innovadores y cosas dentro de metaversos.

Si bien el concepto de Metaverso existe desde hace algún tiempo, su desarrollo aún está en sus comienzos. Metaverso es una plataforma similar a un videojuego que alberga plataformas de terceros que permiten a los usuarios ingresar, abandonar e interactuar sin problemas con un conjunto completo de dispositivos conectados, como auriculares VR. Dentro de la próxima década, Gen Z y Gen Alpha no solo jugarán en Metaversos, sino que también aprenderán, trabajarán, comprarán e invertirán en cosas y bienes raíces de Metaverso como parte de sus carteras de jubilación.<sup>43</sup>

Aunque aún son jóvenes, la Generación Z y la Generación Alfa están teniendo un impacto tangible en la economía, la sociedad y el futuro. El mundo que están ayudando a moldear refuerza la importancia de las ocho tendencias.



<sup>43</sup> <https://www.wsj.com/articles/investors-see-promising-new-world-in-metaverse-11638455401>

# El Imperativo de CIAM

Sin duda, las ocho tendencias descritas anteriormente son una fuerza dominante. Requieren que las organizaciones sean capaces de:

- Reinventar sus estrategias empresariales y de TI para gestionar las interrupciones y satisfacer las demandas de los consumidores con agilidad y resiliencia a escala
- Participar de forma segura en ecosistemas digitales multipartidistas
- Ofrezca experiencias de cliente omnicanal seguras y sin fricciones en ámbitos físicos y digitales
- Asegure el IoT y gestione las relaciones entre las personas y sus cosas
- Cumplir con las normas de privacidad, consentimiento, datos y establecerse como marcas de confianza
- Identifique y proteja contra el delito informático y el fraude.
- Preparar sus negocios para el futuro para satisfacer las demandas de generaciones.

Para lograr todo esto, las empresas líderes confían en una plataforma CIAM de clase empresarial.

CIAM juega un papel importante en ayudar a las empresas digitales de hoy en día a adquirir y retener clientes, al mismo tiempo que les proporciona las características de seguridad y la personalización que necesitan para interactuar y hacer negocios con la empresa.<sup>44</sup>

FORRESTER®



<sup>44</sup> <https://www.forrester.com/report/now-tech-customer-identity-and-access-management-ciam-q2-2020/RES160459?objectId=RES160459>

# Cómo cumplir con las ocho tendencias con Enterprise CIAM

La Gestión de Identidades y Accesos de Cliente (CIAM) es esencial para abordar las ocho tendencias. En pocas palabras, CIAM permite a las organizaciones recopilar, administrar y proteger las identidades y los datos de los consumidores y de IoT; Brinde a los consumidores y al IoT el acceso adecuado a las aplicaciones y los servicios; y dar a los consumidores control sobre sus preferencias de privacidad y uso compartido de datos. Enterprise CIAM está diseñado específicamente para admitir miles de millones de identidades y proporcionar las capacidades de nivel de Internet enumeradas anteriormente.

La siguiente tabla enumera cada tendencia y cómo CIAM de nivel empresarial las aborda.

TENDENCIAS Y REQUISITOS	CAPACIDADES DEL CIAM
<p><b>1. La economía de la Reinención</b></p> <p>Requiere modernización de TI para manejar la interrupción y satisfacer las demandas de los consumidores con agilidad y resiliencia.</p>	<p>Para respaldar la reinención, una plataforma empresarial CIAM incluye las últimas tecnologías con características que se pueden actualizar y cambiar fácilmente en cualquier momento. Enterprise CIAM también se integra fácilmente con entornos heredados y en la nube a través de TI híbrida para servir como un único punto de verdad para la identidad. Y puede escalar fácilmente para admitir millones o miles de millones de identidades sin costosos complementos o interrupciones de terceros. Es importante destacar que CIAM es fácil de actualizar para las empresas.</p>
<p><b>2. Ecosistemas Asociados</b></p> <p>Requiere confianza entre las organizaciones asociadas, así como integraciones seguras e intercambio de datos.</p>	<p>Enterprise CIAM permite que las organizaciones crezcan y amplíen su negocio con múltiples asociados utilizando integraciones preconstruidas (a través de las capacidades de la API REST) que se conectan en todas partes y son necesarias para crear excelentes experiencias. Enterprise CIAM también protege las API y los puntos de acceso; incluye soluciones preintegradas de asociados tecnológicos; y para mantener la privacidad y la seguridad.</p>
<p><b>3. Experiencias Phygital</b></p> <p>Requiere la entrega de experiencias fluidas en los dominios físicos y digitales.</p>	<p>Una plataforma empresarial CIAM ayuda a las empresas a ofrecer experiencias omnicanal personalizadas. Permite a los usuarios tener una identidad en múltiples dispositivos al cumplir con una variedad de requisitos técnicos que difieren de un dispositivo a otro, como: B. un reloj inteligente versus una tableta o computadora portátil. Enterprise CIAM también puede reunir datos de múltiples sistemas para proporcionar una vista unificada del consumidor. Desde esta vista única, pueden crear viajes de consumo personalizados en entornos físicos y digitales. Enterprise CIAM también simplifica la forma en que los usuarios se registran, inician sesión y administran sus contraseñas y configuraciones para una gran experiencia.</p>

TENDENCIAS Y REQUISITOS	CAPACIDADES DEL CIAM
<p><b>4. Dispositivos inteligentes e Internet de las cosas</b></p> <p>Requiere seguridad de identidad de IoT, seguridad de datos de IoT y la capacidad de administrar las relaciones entre las personas y sus cosas.</p>	<p>Una plataforma empresarial CIAM permite a las empresas integrar IoT en sus ofertas de productos con el nivel adecuado de seguridad. Por ejemplo, el nivel de seguridad requerido para una bombilla enchufada es diferente al de un vehículo o un reactor nuclear. Enterprise CIAM también ayuda a proteger los datos de IoT y puede vincularlos a la identidad de una persona. Las organizaciones también pueden usar una plataforma CIAM para administrar las relaciones entre las cosas de IoT y las personas que las poseen o las usan.</p>
<p><b>5. Delitos Informáticos, Violaciones, Fraudes y Extralimitación</b></p> <p>Requiere que las organizaciones detecten y se protejan contra el delito informático y el fraude.</p>	<p>Las plataformas Enterprise CIAM admiten características y modelos de seguridad avanzados basados en la premisa de que no se puede confiar en ninguna persona o cosa y debe estar sujeta a un escrutinio constante. Enterprise CIAM habilita un modelo de seguridad llamado Zero Trust o Continuous Adaptive Risk and Trust Assessment (CARTA), que permite utilizar la identidad como un perímetro de seguridad para analizar continuamente el riesgo de acceso. Las organizaciones también pueden eliminar la necesidad de contraseñas durante el proceso de inicio de sesión. Esto por sí solo elimina los ataques de phishing, el relleno de credenciales y los ataques de intermediarios en las sesiones. Además, Enterprise CIAM incluye una arquitectura en la nube que aísla los datos de cada organización para lograr la máxima seguridad.</p>
<p><b>6. Opinión Pública y Activismo</b></p> <p>Requiere generar confianza y poner a los consumidores en control.</p>	<p>on Enterprise CIAM, las organizaciones pueden generar confianza y lealtad dando a los clientes control sobre sus datos y configuraciones, y cumpliendo con sus solicitudes para que se eliminen sus datos. Además, como se analiza a continuación, Enterprise CIAM ayuda a mantener la reputación de las organizaciones con sus amplias capacidades de ciberseguridad.</p>
<p><b>7. Política de Privacidad, Consentimiento y Datos</b></p> <p>Requiere el cumplimiento de las normas de privacidad, consentimiento y datos.</p>	<p>Las plataformas Enterprise CIAM ayudan a las organizaciones a cumplir con los mandatos regulatorios con características que dan a los consumidores el control de los datos, la privacidad y el consentimiento. También ayudan a cumplir con los requisitos de residencia y soberanía de datos.</p>
<p><b>8. Gen Z y Gen Alpha y el Metaverso</b></p> <p>Requiere abordar todas las tendencias anteriores y la agilidad para abordar otras nuevas.</p>	<p>Enterprise CIAM permite a las empresas personalizar experiencias y crear viajes de clientes basados en preferencias personales y generacionales. También puede crecer con el consumidor, comenzando con él como un niño o dependiente de la cuenta de sus padres y luego transfiriendo a su propia cuenta a medida que crece. Además, se integra fácilmente con otras tecnologías, nuevas y antiguas.</p>

# Por qué los sistemas de identidad heredados y locales son inadecuados

Desafortunadamente, para reducir costos, muchas empresas han intentado adaptar sus sistemas IAM de empleados actuales a las tendencias y necesidades, en lugar de invertir en una plataforma Enterprise CIAM. Pero como ha dejado en claro la interrupción causada por la pandemia, los resultados están lejos de ser ideales.

**BMW consolidó 20 sistemas diferentes de gestión de identidades y accesos en una plataforma ForgeRock para lograr importantes ahorros de costos, mejoras en el tiempo de comercialización, escalabilidad y cumplimiento.**



Los sistemas IAM tradicionales están diseñados para respaldar los casos de uso de los empleados; No están diseñados para administrar millones o miles de millones de clientes, asociados y cosas de IoT, y mucho menos los datos que acumulan. La IAM heredada tampoco se diseñó para brindar experiencias omnicanal sin esfuerzo; normas de soporte como GDPR, CCPA o CDR; ni mitigar el riesgo de los sofisticados delito informático e fraude. Además, las soluciones de IAM heredadas no son

compatibles con los estándares modernos, lo que dificulta la conexión de un ecosistema de asociados con ellas. También son muy difíciles y costosos de actualizar, pero deben actualizarse para cumplir con los casos de uso más básicos de la actualidad, sin mencionar las ocho tendencias.

En lugar de intentar modificar la IAM heredada para abordar las ocho tendencias y prepararse para el futuro, las empresas deben aprovechar una plataforma CIAM de clase empresarial especialmente diseñada.

**“ForgeRock no solo nos permite transformar los viajes de nuestros clientes hoy, sino también la flexibilidad para cambiar a medida que la industria evoluciona más hacia un modelo de ecosistema en los próximos años.”**

Chris Worle, Director Digital

**HARGREAVES  
LANSDOWN**

# El Caso de Negocios para el Enterprise CIAM

Una plataforma CIAM empresarial es la base para la reinención, la seguridad y la disrupción. Las organizaciones líderes lo están utilizando para abordar cada una de las ocho tendencias y, al mismo tiempo, reducir la presión sobre los recursos de TI. Con Enterprise CIAM, ganan clientes más rápido, brindan excelentes experiencias y protegen a sus clientes.

A finales de 2025, las empresas que adopten la gestión de la identidad y del acceso de los clientes (CIAM) con la detección convergente del fraude y la autenticación sin contraseña podrán reducir su tasa de abandono a más de la mitad.<sup>45</sup>

**Gartner**<sup>®</sup>



<sup>45</sup> <https://www.gartner.com/en/documents/4009255-innovation-insight-for-customer-identity-and-access-management>

## 1. Adquirir clientes más rápido

Las plataformas CIAM modernas respaldan los esfuerzos de reinversión mediante la integración de entornos heredados y en la nube con TI híbrida, sirve como una única fuente de verdad para la identidad en toda la empresa. Además, las capacidades empresariales de CIAM eliminan las barreras entre las organizaciones y sus clientes con funciones como un proceso de registro simple y creación de perfiles progresivos. CIAM también ayuda a las organizaciones a generar confianza y lealtad al permitir que los consumidores administren fácilmente sus contraseñas y configuraciones de privacidad. Además, con Enterprise CIAM, las organizaciones pueden desarrollar servicios de valor agregado que atraigan a los clientes al participar de manera segura en ecosistemas dinámicos de asociados digitales. Todo esto conduce a **tasas de conversión aceleradas, tasas de retención más altas y una mayor retención de clientes.**

## 2. Ofrezca grandes experiencias

Como parte de sus estrategias de reinversión, las organizaciones pueden usar Enterprise CIAM para unificar entornos híbridos dispares en toda la empresa. Uno de los muchos beneficios es una vista única del cliente, lo que permite a las empresas personalizar y personalizar los viajes de usuario omnicanal y phygital para brindar excelentes experiencias. Enterprise CIAM también permite a las organizaciones integrar de forma segura IoT en sus ofertas y participar en ecosistemas digitales de múltiples partes diseñados para brindar a los clientes las experiencias fáciles y convenientes que desean. También se puede escalar fácilmente según el uso y las necesidades sin interrumpir a los clientes. Estos y otros beneficios conducen a **mayores ventas omnicanal, menor rotación de clientes y mayor rentabilidad a largo plazo.**

## 3. Proteger a los clientes

La reinversión implica adoptar una variedad de nuevas tecnologías y probar nuevos enfoques, como participación en ecosistemas de asociados digitales o la integración de IoT en productos y servicios. Enterprise CIAM está diseñado específicamente para proteger a los consumidores, IoT y la empresa, y permite a las organizaciones integrar de forma segura nuevas soluciones en sus estrategias comerciales y entornos de TI. Enterprise CIAM hace esto mediante el soporte completo de modelos de seguridad avanzados como Zero Trust y CARTA, que se basan en la premisa de que no se puede confiar en ninguna persona o cosa y debe estar sujeta a un escrutinio constante. Enterprise CIAM también es clave para cumplir con las regulaciones de privacidad, consentimiento y datos. Proporciona a los clientes un panel fácil de usar para controlar su configuración de privacidad y uso compartido de datos. Todo esto ayuda a las empresas a **cumplir con las normas de privacidad y mitigar el riesgo y el fraude.**

Lea el estudio *Total Economic Impact™ de Forrester Forrester sobre la Gestión de Accesos e Identidades de Clientes de ForgeRock* para saber cómo las organizaciones empresariales lograron un 186% de retorno de la inversión (ROI).

FORRESTER®

# ForgeRock: El Líder Indiscutible del Enterprise CIAM

Como líder indiscutible de CIAM, ForgeRock ayuda a las empresas a abordar las ocho tendencias de transformación digital de frente. Con ForgeRock, puede mejorar su negocio con la única plataforma impulsada por inteligencia artificial, de clase empresarial y de suite completa de la industria, diseñada específicamente para cualquier identidad, cualquier nube.



Las organizaciones empresariales globales impulsan el crecimiento y los ingresos con ForgeRock CIAM. Únase a la comunidad de ForgeRock y apoye sus iniciativas únicas de reinversión para satisfacer no solo las tendencias de hoy, sino las del mañana.

**“En Philips, estamos comprometidos a mejorar la vida de las personas y capacitarlas para que se cuiden mejor a sí mismas y a los demás. Con ForgeRock, podemos integrar tecnologías innovadoras de intercambio de datos y consentimiento en nuestra plataforma HealthSuiteDigital que lo hacen posible para fomentar la confianza del consumidor y del paciente.”**

Jereon Tas, Director de Innovación y Estrategia

**PHILIPS**

# A Dónde Ir Desde Aquí

## Más información sobre ForgeRock y CIAM

- ➔ **Vea** el vídeo de introducción de ForgeRock CIAM
- ➔ **Lea** cómo la BBC ofrece contenido personalizado a más de 45 millones de usuarios globales
- ➔ **Descargue** nuestra Guía del comprador de CIAM que incluye características esenciales, definiciones de identidad, y preguntas RFP para hacerles a los proveedores

Ahora es el momento de migrar a la nube, adoptar la IA y aprovechar la infraestructura de próxima generación; la arquitectura que las empresas construyen hoy determina su futuro.<sup>46</sup>

 accenture

46 [https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/\\_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf](https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-3/Accenture-Tech-Vision-2021-Full-Report.pdf)

## Recursos independientes

Consulte las clasificaciones de puntos y lea estos informes de analistas para saber por qué ForgeRock es el CIAM N.º 1 para empresas:

- ➔ **The Forrester Wave™:** Gestión de identidad y acceso de cliente, 2022
- ➔ **Gartner®** Capacidades críticas para la gestión de acceso externo, 2022
- ➔ **KuppingerCole Leadership Compass:** Plataformas CIAM, 2022
- ➔ Para obtener información sobre capacitación y asesoramiento independiente y de terceros del mercado y tecnología de CIAM, visite **The Cyber Hut**.

### Acerca de ForgeRock

ForgeRock®, (NYSE: FORG) es un líder mundial en identidad digital, que proporciona soluciones de gestión de identidad y acceso modernas y completas para consumidores, empleados y cosas para acceder de forma fácil y segura al mundo conectado. Con ForgeRock, más de 1300 organizaciones de clientes globales orquestan, administran y protegen todo el ciclo de vida de la identidad de los controles de acceso dinámico, la gobernanza, las API y el almacenamiento de datos relevantes, utilizables en cualquier nube o entorno híbrido. La empresa tiene su sede en San Francisco, California y cuenta con oficinas en todo el mundo, visite [www.forgerock.com](http://www.forgerock.com).



Síguenos:

