

Transformación Digital 2016

Más que tendencias, oportunidades de negocio para las organizaciones

Corporación Colombia Digital

Alberto Pradilla

Director Ejecutivo

Adriana Molano Rojas Autora - Analista de tendencias digitales

Ángela Vargas Maldonado Asistente de investigación

Camilo Rodríguez Estrada **Diseñador gráfico**

Transformación Digital 2016 ISBN: 978-958-59479-0-0

Se autoriza la libre consulta, descarga y distribución total o parcial de este documento con fines no comerciales y obras no derivadas.

Bogotá D.C. – Colombia Marzo de 2016



Diseñado y elaborado por © www.colombiadigital.net

Transformación Digital 2016 by Colombia Digital is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-Compartirlgual 3.0 Unported License.

Creado a partir de la obra en http://colombiadigital.net/publicaciones_ccd/publicaciones/transformacion-digital-2016.pdf. Permissions beyond the scope of this license may be available at www.colombiadigital.net.



Modelos de negocio:

la era de la predicción y la huida del fracaso



e-Commerce:

más compras, menos dinero



Nuevos trabajadores:

entre talentos y tecnologías



Ciberseguridad:

ataques más sofisticados y cómplices que figuran en nómina



Aplicaciones empresariales:

oportunidades con clientes internos y externos



Movilidad:

soluciones virtuales, flexibles y con acceso por demanda



Gestión de TI:

entre lo tradicional, lo experimental y lo colaborativo

Transformación Digital 2016

En nuestro ánimo de promover el uso y apropiación de las nuevas tecnologías para impulsar la competitividad, presentamos nuestro análisis de las tendencias que abrirán las puertas a oportunidades para organizaciones de todo tipo.

Más allá de presentar predicciones sobre las tecnologías o las estrategias que se espera reinen en el universo digital durante el año que inicia, desde Colombia Digital las comprendemos en el marco del entorno nacional y las presentamos para que los tomadores de decisiones del país puedan tener referencias claras y justificadas sobre el porqué de seguir cierta dirección.

Diferentes ámbitos de las organizaciones y su relación con las tecnologías están presentes en una serie de artículos que combinan cifras del mercado global, latinoamericano y colombiano, para dar luces sobre cómo orientar la transformación digital de las organizaciones:

- **Modelos de negocio:** la era de la predicción y la huida del fracaso: Tomar decisiones basadas en datos y usar la tecnología para huir del fracaso son los caminos a seguir por las organizaciones que busquen el éxito.
- **Aplicaciones empresariales:** oportunidades con clientes internos y externos: Las aplicaciones dejaron de ser genéricas para conquistar el mundo de los negocios y transformar la interacción con ellos.
- e-Commerce: más compras, menos dinero. Los compradores en línea crecen, pero también sus demandas por formas más simples e innovadores de hacer sus transacciones.
- **Nuevos trabajadores:** entre talentos y tecnologías. El secreto del éxito de los equipos de trabajo radica en la combinación de toma de decisiones y trabajo colaborativo basado en el acceso a la información.
- **Gestión de TI:** entre lo tradicional, lo experimental y lo colaborativo. Gerentes de tecnología son llamados a transformar sus áreas y generar esquemas de gestión de tecnologías que combinen todas las fuentes posibles.
- **Movilidad:** soluciones virtuales, flexibles y con acceso por demanda. Soluciones tecnológicas flexibles para tomadores de decisiones con la mente en la nube y los pies en la tierra.
- **Ciberseguridad:** ataques más sofisticados y cómplices que figuran en nómina. Los ciberdelincuentes encuentran proveedores fuera del continente y cómplices dentro de las organizaciones.







Modelos de negocio: la era de la predicción y la huida del fracaso

"En Colombia, solo el 25% de las empresas creadas alcanza el éxito después de cuatro años de existencia"

Instituto del Fracaso

Las compañías más grandes del mundo en transporte y alojamiento no tienen ni un solo vehículo ni una sola habitación, esta es la transformación de los negocios que acompaña el avance de las tecnologías; pero para todos los que tienen productos o servicios tangibles por ofrecer, estos cambios dan luces sobre cómo seguir avanzando – y especialmente sobre cómo evitar el fracaso -.

La gran tendencia mundial es el Big Data, junto a su aliada la analítica con su capacidad de predecir lo que vendrá. El fin último de las más novedosas tecnologías es convertir la información del entorno y la propia organización para tomar decisiones más acertadas y con mayor anticipación.

Oportunidad 1: Deje que las máquinas lo analicen por usted

IBM no ha dado la bienvenida a la 'Era Cognitiva', un tiempo y espacio donde justamente estos desaparecen y de lo que se trata es de gestionar de forma efectiva la gran capacidad de análisis de datos que está disponible en la nube.

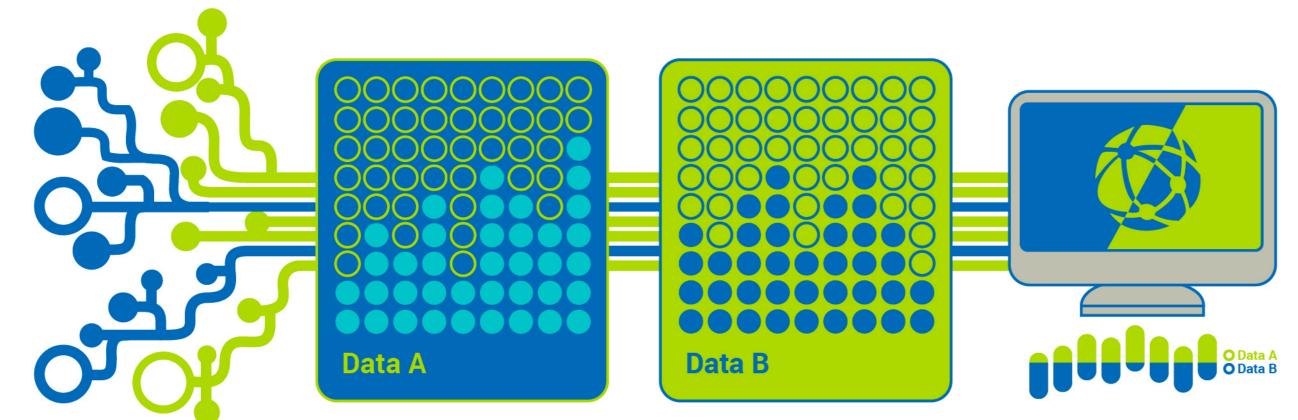
Entre los objetivos de la nueva computación están:

- Apoyar la toma de decisiones basadas en el análisis de data
- Generar análisis sociales que permitan caracterizar mejor a los clientes/usuarios para así darles mejores ofertas
- · Combinar e integrar datos para generar referencias cruzadas antes difícilmente alcanza-
- Brindar asesorías personalizadas para clientes internos y externos, 24/7, con verdadera capacidad de análisis y respuesta lógica a cada solicitud
- Crear relaciones transversales entre la información de las distintas áreas de negocio

"Aún están frescos los recuerdos de la crisis financiera y de mercados vivida a finales de la década pasada. Cientos de empresas en quiebra, millones de dólares en pérdidas y consultoras desprestigiadas por no detener la bola de nieve. Este tipo de situaciones, ahora son más fáciles de controlar con la ayuda de la tecnología y la utilización del mayor activo que tienen las empresas en la actualidad: sus datos", explica Juan Carlos Puentes, Country Manager de SAS para Colombia y Ecuador.

La inteligencia de negocios ya no se tiene que limitar a la capacidad de análisis de los consultores en el tema, sino que gracias a la analítica es posible que ellos se dediquen a hacer lo que mejor deberían saber: proponer a partir de la comprensión del ecosistema. Entre otros usos, la analítica de negocios permite:

- Conocer la aceptación de un nuevo producto servicio en el mercado
- Evaluar el éxito de la apertura de una tienda
- Detectar posibles fraudes
- · Hacer una mejor gestión de datos
- Tener información y caracterización de las visitas de una web en tiempo real



Transformación Digital 2016

Imagen tomada de xiostorage.com



Modelos de negocio:

la era de la predicción y la huida del fracaso

Oportunidad 2: Emprender la huida del fracaso

¿Por qué fracasa un emprendimiento? Según estimaciones del Instituto del Fracaso, con datos de la Cámara de Comercio de Bogotá y el Instituto del Emprendimiento, solo el 41% de los emprendimientos sobrevive en el entorno de negocios colombiano.

Según el estudio '¿Por qué los negocios fracasan en Colombia?', "actualmente, los emprendedores consideran diferentes factores clave que pueden influir en el éxito de sus emprendimientos, estos incluyen: mayor inversión en innovación, tecnología, diseño del producto, adaptación a los cambios, nuevas regulaciones de negocios, la posibilidad de participar en nuevos mercados y la competitividad internacional, entre otros. (...) Sin embargo, en términos de condiciones e infraestructura para el emprendimiento, el país todavía tiene puntajes por debajo del promedio en más de nueve categorías básicas, lo cual repercute en un bajo nivel de internacionalización de los negocios, innovación y aplicación de nuevas tecnologías".

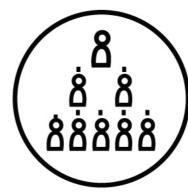
En seis áreas de negocio, estos fueron los factores identificados sobre por qué fracasan los negocios:

- Finanzas: Ingresos propios insuficientes para subsistir (21.9%)
- Organizacional: Problemas en la ejecución de lo planeado (17.1%)
- Marketing: Problemas con la promoción / publicidad (17.5%)
- Recursos Humanos: Falta de desarrollo del personal (26.2%)
- Operación: Problemas de tamaño, capacidad instalada y/o otros requerimientos técnicos (47%)
- Entorno: Crisis económica y/o política (21.1%)

Tomar decisiones basadas en datos y usar la tecnología para huir del fracaso son los caminos a seguir por las organizaciones que busquen el éxito

% FINANCIERO ORGANIZACIONAL MERCADEO







22.9% 19.9% 17.0%

RECURSOS HUMANOS



ENTORNO



OPERATIVO



13.6% 12.4%

Imagen tomada de thefailureinstitute.com



"Colombia está dentro de los mercados de Latinoamérica y el Caribe que más solicitan pagos sin contacto presencial, y en segundo lugar se solicitan billeteras digitales y pagos por medio de aplicativos móviles".

MasterCard y Prime Research, 'Social listening para el sector comercio en línea'

Las compras electrónicas siguen conquistando los corazones y las billeteras de los colombianos. La posibilidad de rastrear y comprar productos, encontrar las mejores ofertas, y las facilidades de pago y entrega resultan ser el conjunto ideal para competir – o complementar – a las tiendas físicas.

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, se estima que el e-commerce representa U\$8.283 millones en ventas anuales. Incluso, para el cierre de 2014 las ventas en línea crecieron un 41.3% en el país.

Pero lo cierto es que aunque existen quienes ya dominan el arte de las ventas en línea, hay múltiples sectores económicos que han tenido un proceso de adopción lento, bien sea por el tipo de producto que comercializan o por desconocimiento de los requerimientos tecnológicos necesarios.

Oportunidad 1: Conquistar el mercado nacional que compra internacional

El 39% de las compras internacionales hechas en línea se cargan a plataformas en Estados Unidos, mientras el 10% va a comercios en Centro y Suramérica, según lo revela es estudio de 'Consumo internacional en línea' de PayPal e Ipsos.

Las compras internacionales se justifican fácilmente por factores como:

- 79% de los usuarios encuentra mejores precios
- El 78% compra porque tiene acceso a artículos que no están disponibles en su país
- El 68% descubre productos nuevos e interesantes
- El 58% puede utilizar el método de pago que prefiera

El costo y la entrega son los dos temas más sensibles, aspectos que parecieran resueltos en las grandes plataformas internacionales; sin embargo, el 47% de los compradores en línea del mundo considera que los costos de envío son una barrera para sus transacciones en el exterior, aspecto que abre un mercado potencial para los comerciantes locales.

En Colombia, según el informe del Ciberlunes 2015, la categoría que registró un mayor flujo de tráfico fue 'Tecnología', reuniendo 74.000 clics para la categoría genérica y otros 64.000 específicos para 'Celulares y tabletas'.

Pero según los datos internacionales de PayPal, la categoría de 'Ropa, zapatos y accesorios' lidera las ventas, seguida de 'Entretenimiento', 'Artículos electrónicos', 'Juguetes y pasatiempos' y 'Viajes y transporte'.

Productos de calidad, garantías de cumplimiento, seguridad en las transacciones y seguimiento a la entrega son factores básicos para conquistar a los compradores. Lo mejor para los comercios de la región es que ya existe una base de clientes que compra en América Latina, el reto ahora es calar en sus mentes y, aunque parezca obvio, las estrategias de SEO (posicionamiento en buscadores no pago) siguen siendo básicas para convertir clics en ingresos.

¿POR QUÉ COMPRAN INTERNACIONALMENTE?

Encuentran mejores precios

Tienen acceso a artículos no disponibles en su país

74%

Descubren productos nuevos e interesantes

Descubren productos nuevos e interesantes

Más variedad, estilos y disponibilidad

51% de los compradores internacionales han realizado dichas compras con un smartphone

Oportunidad 2: Pagos con seguridad pero sin contacto presencial

Brindar la posibilidad de realizar compras en línea e incluir en los puntos de venta opciones de pago a través de billeteras digitales resultan ser los grandes retos de los comercios latinoamericanos.

Según MasterCard y Prime Research, los compradores colombianos son de los primeros en pedir la inclusión de sistemas de pago en línea para todo tipo de productos y servicios. Además, esperan la posibilidad de pagar a través de aplicativos móviles como Apple Pay, Android Pay y Samsung Pay.

El social listening es la metodología de análisis de las conversaciones de redes sociales, a partir de la cual se identificaron ejes temáticos de los compradores:

- El 77% de los compradores del sector viajes, incluyendo los mismos viajeros, espera la masificación de sistemas de pago virtuales sin necesidad de llevar billeteras físicas ni dinero en efectivo en sus recorridos internacionales.
- Los programas de recompensa para usuarios frecuentes encabezan la lista de premios más esperados por los compradores.

La seguridad sigue siendo el tema más álgido en materia de comercio electrónico, yendo desde las transacciones hasta la garantía de entrega y calidad de los productos, aspectos en los que los comercios locales deben seguir avanzando y mejorar las estrategias de las grandes tiendas en línea para poder competir con ellas.

Los compradores en línea crecen, pero también sus demandas por formas más simples e innovadoras de hacer sus transacciones



de los compradores del sector viajes espera sistemas de pago virtuales sin necesidad de llevar billeteras, ni dinero en efectivo en sus recorridos.

Imagen tomada de freepik.com





Nuevos trabajadores: entre talentos y tecnologías

"Hoy solo el 4% de los directivos considera a la mayoría de su personal como iWorker: empleados fiables y capacitados que tienen acceso total a la información necesaria para suplir las necesidades de la compañía y de los clientes".

Ricoh, 'El auge de los iWorkers para el año 2018'

Lo anterior suena a una política clásica de recursos humanos, pero ahora se trata de hacer verdaderamente del empleado el centro de la operación, básicamente porque es él quien posee la información y en consecuencia quien debería estar en capacidad de tomar las mejores decisiones para la organización.

Entonces aparece el primer reto, la selección de colaboradores en capacidad de analizar información y tomar decisiones en función del contexto; pero esto es posible solo si ellos tienen acceso al grueso de datos de la organización y es ahí donde la tecnología aparece como aliada.

Oportunidad 1: Hacia la conformación de equipos de iWorkers

Empleados calificados, rápidos, precisos y con acceso a toda la información requerida para tomar decisiones orientadas a atender las necesidades del negocio y de los clientes, ellos son los iWorkers.

La etiqueta de iWorker deriva de la fusión entre la cultura organizacional y los modelos tec-

Hoy en día, tan solo el 4% de los lìderes empresariales europeos describiría a la mayoría de su personal como iWorkers. No obstante, esperan

un importante crecimiento.

de ellos prevé que más de la mitad de sus empleados se ajusten a esta definición antes del año 2018.

nológicos, ya que el centro de su quehacer está asociado al acceso a la información, sin la cual no sería posible alcanzar su mayor grado de efectividad.

Según Ricoh, los líderes de organizaciones globales esperan que para 2018 el 37% de sus trabajadores se ajuste al perfil de iWorker; sin embargo, para ello es necesario afrontar dos desafíos:

- El 71% de los tomadores de decisiones considera que la imposibilidad de acceder a los documentos desde un dispositivo móvil dificulta que sus negocios avancen
- El 62% afirma que la distribución de la información se complica si existen silos de datos entre distintas áreas de la compañía

En respuesta, la tecnología permite ampliar las posibilidades de éxito de las organizaciones en aras de alcanzar el potencial de los iWorkers; por ello, entre los temas priorizados por los líderes se encuentran:

- Utilizar herramientas de colaboración
- Optimizar procesos de negocio
- Migrar hacia la nube
- Digitalizar los documentos sigan estando en papel



Oportunidad 2: Colaboración en cabeza de todos los miembros del equipo

La colaboración hoy se entiende como una capacidad organizacional a partir de la cual los equipos son conscientes de la pertinencia de gestionar la información de la compañía, de modo que ésta pueda ser accesible y comprensible para la mayor cantidad de colegas para poder generar una cadena de toma de decisiones informadas y soportadas por datos.

Sin embargo, según el informe 'Addressing Information Gridlock Achieves Real Business Benefits' realizado por Ricoh e IDC, solo una de cada cuatro organizaciones (27%) suministra herramientas de colaboración a todos los empleados y solo 3 de cada 10 (30%) ofrecen conferencias web a sus colaboradores.

En la actualidad se estima que el 46% de los trabajadores a nivel mundial pasa al menos la mitad de su tiempo laboral fuera de las instalaciones de una oficina tradicional, bien sea por la aplicación de modelos de trabajo flexible y teletrabajo, o por la ejecución de tareas en las instalaciones de los clientes o en trabajo de campo. Frente a este panorama es decisiva la adopción de modelos laborales basados en la colaboración, donde las soluciones tecnológicas para el trabajo colaborativo reinen.

El secreto del éxito de los equipos de trabajo radica en la combinación de capacidad de toma de decisiones y trabajo colaborativo basado en el acceso a la información.

Solo el 27% de las compañías proveen herramientas de colaboración a todos sus empleados, y solo el 30% provee conferencias web básicas, creando un desafío para una fuerza de trabajo móvil.



Imagen tomada de workintelligent.ly

M Ción



Ciberseguridad: ataques más sofisticados y cómplices que figuran en nómina

Los ciberdelincuentes encuentran proveedores fuera del continente y cómplices dentro de las organizaciones





Ciberseguridad: ataques más sofisticados y cómplices que figuran en nómina

"Colombia está en el sexto lugar del ranking en Latinoamérica entre los que más reciben amenazas y ataques cibernéticos cada año"

Symantec

Salvo para el sector financiero y los grandes comercios, el aspecto más desatendido y de mayor riesgo para los negocios es el de la seguridad informática, especialmente cuando se cree que la información que se gestiona no representa ningún valor para un ciberdelincuente.

El 2015 cerró con un reporte de 40 millones de ataques a sitios web y plataformas empresariales, muchos de ellos resueltos sin consecuencias, otros tantos muy sonados por el riesgo en que se puso la información corporativa y de los usuarios.

Seguir pensando que por ser una Pyme la información no está en riesgo o que por no tener una pasarela de pago nadie se interesa en sus transacciones es el error del siglo. Por ello hay dos frentes básicos en los que se debe trabajar:

Oportunidad 1: Acabar con el enemigo en los puntos de venta

Los ciberdelincuentes en América Latina ya saltaron fronteras y ahora negocian con sus colegas en Europa Oriental para adquirir malware que ataque los puntos de venta, según reporta el Kaskersky Lab.

Datáfonos y redes informáticas en las tiendas resultan ser no solo blancos apetecibles sino también altamente vulnerables, más cuando la tecnología utilizada es básica y en algunos casos obsoleta.

Para hacerse una idea del riesgo, piense en una simple tienda minorista (física) de zapatos, con un punto de venta único, que recibe pagos con tarjeta y registra los datos del comprador en una base de datos simple. Intervenir esa base de datos no significa ningún problema para un hacker y a cambio tendrá acceso a registros de nombre, dirección y teléfono de un cliente, de quien además podrían tener su número de tarjeta de crédito y así correlacionar la información y generar un fraude informático.

Para usos domésticos un antivirus puede ser la solución ideal, pero para efectos corporativos es necesario pensar en soluciones de seguridad informática que consideren el funcionamiento de las redes, los flujos de información y las tendencias globales en ciberataques.

SÍNTOMAS QUE DEMUESTRAN QUE SU SITIO WEB HA SIDO VULNERADO



Imagen tomada de Certicámara.SA



Ciberseguridad: ataques más sofisticados y cómplices que figuran en nómina

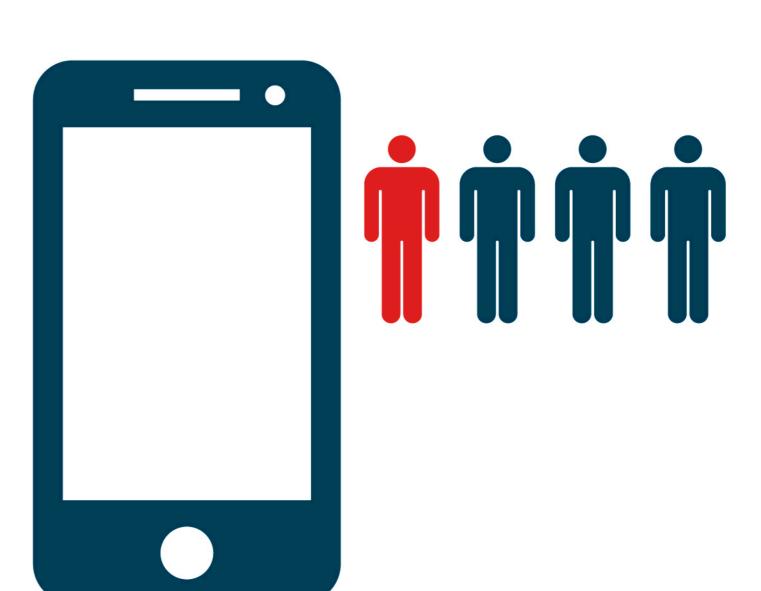
Oportunidad 2: Evitar que el negocio le abra las puertas a los atacantes

El eslabón humano siempre es el más débil de la cadena de seguridad, pero sabiendo esto es deber de las áreas de TI preveer posibles puntos de riesgo (como conexiones desde móviles posiblemente infectados), para tomar acciones de prevención.

Los ataques híbridos (humanos – malware) "se pueden comparar con un acto de sabotaje que lamentablemente marcará la diferencia en el 2016 para diferentes tipos de empresas, incluyendo a los proveedores de Internet que desviarán el tráfico de los usuarios hacia sitios con servidores maliciosos", según reseñan los análisis del Kaspersky Lab.

Ya no es tiempo para argumentar que 'No se sabe de tecnología' o intentar escabullirse con un '¿Cómo iba a saber que el celular estaba infectado?'; hoy todas las organizaciones están conectadas y en consecuencia todas las personas que trabajan en ellas, sin importar su rango o área de trabajo, deben tener conocimientos básicos sobre seguridad informática, más cuando los delincuentes hacen de su inocencia – o su ignorancia – la mejor cómplice.

Los ciberdelincuentes encuentran proveedores fuera del continente y cómplices dentro de las organizaciones.







Aplicaciones empresariales: oportunidades con clientes internos y externos

Las aplicaciones dejaron de ser genéricas para conquistar el mundo de los negocios y transformar la interacción con ellos





Aplicaciones empresariales: oportunidades con clientes internos y externos

"El 52% de las organizaciones sostiene que cuenta con una estrategia de aplicaciones móviles implementada, lo que refleja un aumento en el interés de convertir a las tecnologías móviles en aliadas de los sectores de negocio".

RedHat, 'Encuesta de madurez de tecnología móvil'

El uso de dispositivos móviles con propósitos personales y laborales ha ido en aumento en los últimos años, tendencia que se mantendrá al alza, desplazando cada vez más a los equipos de escritorio.

El mundo móvil opera sobre sistemas propios (iOS, Android, etc.), pero realmente su impacto resulta del buen desempeño de múltiples aplicaciones que permiten realizar tareas y procesos de forma más eficiente.

Las aplicaciones son el equivalente a un programa de computador, salvo porque suelen ser tan especializadas que sus actividades se concentran en lograr objetivos específicos, los cuales pueden convertirse en la base del trabajo de los colaboradores de las organizaciones.

Oportunidad 1: Aplicaciones propias y adaptación de código abierto

De acuerdo con la encuesta global de RedHat, el 52% de las organizaciones mundiales cuenta con una estrategia de apps clara, al punto que se espera que cada compañía logre generar un promedio de 21 aplicaciones personalizadas durante los próximos dos años, superando en un 40% las cifras del último periodo bianual.

La meta parece ambiciosa, 21 apps por compañía puede sonar hasta ridículo en algunos casos; sin embargo, esto es porque no se considera que desde la personalización de los sistemas de mensajería hasta las más complejas pasarelas de pago desde móviles, todo cuenta en el proceso de gestión de aplicaciones.

Al respecto, un estudio de la consultora Vanson Bourne identificó las siguientes características del desarrollo de aplicaciones móviles al interior de las organizaciones:

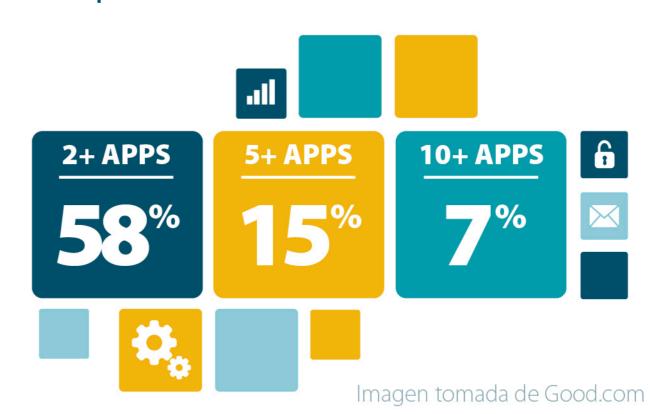
- 35% de los tomadores de decisiones en TI señala que las aplicaciones móviles cambian la forma en que llevan a cabo sus operaciones, ya que reinventan los procesos de negocio
- 37% afirma que las aplicaciones se utilizan principalmente para automatizar los proce sos actuales
- 24% está incorporando tecnología móvil en sus aplicaciones web
- 55% de las organizaciones que han implementado y revisado a profundidad una estrategia de aplicaciones móviles cuenta con un Centro de Experiencia en Tecnología Móvil (MCoE)

• 85% afirma que el software de código abierto es crucial dentro de su estrategia de desa rrollo de aplicaciones

El mundo es móvil y los negocios han de adaptarse a este modelo, por lo que el desarrollo de una estrategia de aplicaciones es fundamental para quienes aspiren a conquistar el mercado digital actual.

Las organizaciones que construyen Apps personalizadas raramente se detienen en una

Las organizaciones que han adoptado una plataforma para construir apps personalizadas usualmente construyen múltiples aplicaciones para llegar a sus varias necesidades de negocios. Entre las que desplegaron apps más allá del correo electrónico, usaron en promedio 3.74 aplicaciones personalizadas.



Un 58% de estas organizaciones construyeron dos o más aplicaciones, un 15% construyeron cinco o más y un 7% construyeron diez o más.



Aplicaciones empresariales:

oportunidades con clientes internos y externos

Las aplicaciones dejaron de ser genéricas para conquistar el mundo de los negocios y transformar la interacción con ellos

Oportunidad 2: Aplicaciones empresariales para acercar a los clientes

188% de crecimiento en la adopción de aplicaciones móviles corporativas es la cifra que revela el 'Índice de Movilidad 2015' de BlackBerry, indicando que a nivel mundial el 70% de las organizaciones usa un promedio de 3.21 aplicaciones propias o personalizadas.

Este alto porcentaje de aplicaciones tiene alcances tanto para clientes internos como externos. En el top de categorías de aplicaciones aparecen:

- Navegadores seguros
- Aplicaciones personalizadas por sectores
- Seguridad en mensajería
- Edición de documentos
- Acceso a documentos

En el caso de las aplicaciones personalizadas por sectores, la carrera mundial la lideran las tiendas en línea y las aseguradoras, quienes se están beneficiando de la transformación que supone la gestión de clientes en línea, brindando en simultánea información amplia y actualizada para la toma de decisiones internas, a la vez que se mejora el servicio a los usuarios finales.



- Por cuarto trimestre consecutivo, el navegador seguro lideró todas las categorías de apps, representando el 37% de las aplicaciones desplegadas por organizaciones.
- El navegador seguro experimentó un crecimiento de trimestre a trimestre del 57%, superando la mayoría de tras categorías de apps.
- Es probable que esta tendencia continúe con el reciente anuncio de Good Access, el navegador seguro líder, añadiendo soporte para Windows.





Gestión de TI:

lo tradicional, lo experimental y lo colaborativo

"Encontrar la manera de desarrollar un esquema de trabajo integrado que combine un modelo tecnológico innovador, requerido por el mundo digital, con los modelos de TI tradicionales ya instalados en las empresas"

Gartner

Las oficinas de tecnología de todo tipo de organización enfrentan los retos que trae consigo la acelerada evolución de las TI; pero en este contexto, no siempre lo nuevo es lo mejor y apostar por la innovación, solo porque es nueva, no tiene razón de ser.

Modelos de TI basados en la colaboración y el reconocimiento de la preexistencia de soluciones tecnológicas efectivas a problemas cotidianos de las compañías, en paralelo a la ejecución de proyectos orientados hacia la generación de nuevos valores de negocio, son los desafíos que enfrentan las gerencias de TI.

Oportunidad 1: Agilidad y precisión, innovar sin desechar lo que funciona

"El esquema Bimodal de TI es la práctica de la gestión de dos modelos distintos, separados y coherentes de recursos tecnológicos, uno centrado en la estabilidad y el otro en la agilidad. El 'Modo 1' es tradicional y secuencial, haciendo hincapié en la seguridad y precisión. El 'Modo 2' es exploratorio y no lineal, con énfasis en la agilidad y velocidad", según lo define la consultora Gartner.

Aunque parece lógico que la absoluta mayoría de las organizaciones siga el esquema bimodal en materia de tecnología, lo cierto es que hasta hace poco se puso en valor la pertinencia del mismo, va que se toma en cuenta el conocimiento previamente adquirido por cada

organización y no se espera que haya una transformación digital en todos los ámbitos sino solo en aquellos donde verdaderamente sea necesaria y se identifique un retorno de la inversión que justifique la transición.

Según la consultora, para el 2017 el 75% de los departamentos de TI a nivel global operará con capacidades bimodales. El reto, por supuesto, es para el gerente de tecnología que en paralelo tendrá que mantener las operaciones regulares, con el flujo habitual de procesos y respuestas a las solicitudes de clientes internos y externos, mientras, a la vez, lidera un equipo dedicado a la innovación, centrado particularmente en generar una mejor experiencia para sus clientes.

De acuerdo con Gartner, estas son las características bajo las cuales deberán operar, en sincronía, las oficinas de TI:

Esquema Bimodal de TI		
Modo 1: Tradicional		Modo 2: Exploratorio
Confiabilidad	Objetivo	Agilidad
Valor por desempeño	Valor	Renovación, marca,
		experiencia de cliente
Cascada	Acercamiento	Agilidad
Basado en planes y	Gobierno de TI	Empírico, continuo,
pre-aprobaciones		basado en procesos
Negocios de largo plazo	Fuentes	Negocios de corto plazo
Bueno en los procesos	Talento	Bueno en proyectos
convencionales		nuevos e inciertos
Centrada en TI, alejada	Cultura	Centrada en el negocio,
del cliente		cercana al cliente
Largos (meses, años)	Ciclos de tiempo	Cortos (días, semanas)





Gestión de TI:

lo tradicional, lo experimental y lo colaborativo



Oportunidad 2: Colaboración y código abierto dentro y fuera de las organizaciones

"Las tecnologías de código abierto están liderando el camino de la transformación de TI, programando el futuro digital. Al brindar un entorno transparente y basado en la colaboración, ofrecen mayor flexibilidad para la adopción de nuevos modelos de TI innovadores: Mobile, Cloud, Internet de las Cosas, etc. Compañías como Google, Facebook y PayPal son ejemplo de empresas exitosas que aprovecharon los beneficios de los entornos abiertos para obtener una ventaja competitiva en la industria", señala Sebastián Cao, Chief Architect para Latinoamérica de Red Hat.

Gerentes de tecnología son llamados a transformar sus áreas y generar esquemas de gestión de TI que combinen todas las fuentes posibles El principio de la colaboración está atado al avance mismo de las tecnologías; sin embargo, en algún punto de la historia pareció normal que reinaran los sistemas de código cerrado, particularmente en los entornos laborales, pero esta normalidad se está viendo alterada y cada vez más son las oficinas de TI que apuestan por el trabajo basado en el código abierto y la colaboración.

"El código abierto es una realidad, está presente en una central telefónica, en una aplicación crítica en la industria petrolera, en el sistema más grande de reservas de pasajes aéreos y en los sistemas de muchos gobiernos. Cada vez más industrias y organismos públicos adoptan el código abierto para sus sistemas críticos... El código abierto está impulsando la última generación en tecnología. Actualmente hay más de un millón de proyectos comunitarios enfocados en Cloud, Mobile y Big Data. La innovación abierta ha sobrepasado a la propietaria. Si esto pasó con la mayoría de los proyectos de la nueva tecnología de los últimos años, piensen en lo que todavía no hemos inventado ¿de dónde creen que saldrá?", concluye John Ferreira, Director Regional para la Región Andina, Centroamérica y el Caribe de Red Hat.





Movilidad: soluciones virtuales, flexibles y con acceso por demanda

"No solo el tamaño de la compañía hace crítico el momento de implementar estas tecnologías. La criticidad está en el alcance de la aplicación. Si su negocio no tiene el tamaño suficiente pero tiene la necesidad, ahora es el momento"

Alan Gucovschi, Gerente Comercial de Networking para América Latina de Citrix

Las áreas de TI se desprenden cada vez más de la máscara creada por cientos de cables y cuartos con procesadores. La norma hoy es la flexibilidad, los usuarios son más demandantes y las soluciones tecnológicas siguen la carrera por responder a sus expectativas.

La virtualización de entornos es una realidad, pero eso no quiere decir que toda la organización deba volcarse a la nube, ni tampoco que todo en línea sea a prueba de fallos.

Oportunidad 1: Entre nubes y centros de datos

Para 2019 se estima que el tráfico total de la nube será cuatro veces mayor, llegando a los 8.6 zettabytes, ubicándose a la par del tráfico en datacenters, que para entonces se habrá triplicado para alcanzar los 10.4 ZB, de acuerdo con el Quinto Índice Global de la Nube de Cisco (2014-2019).

La seguridad de los datos sigue siendo el gran argumento de quienes prefieren tener los pies en la tierra y se apegan a los datacenters; sin embargo, este argumento pierde cada vez más vigencia y los modelos de nube híbrida van en alza, combinando almacenamiento virtual de información 'de bajo riesgo', junto a la gestión en máquinas físicas de los datos más vulnerables.

Según datos de Anixter, el mercado colombiano es el que más invierte en soluciones de nube privada, nube híbrida, virtualización, DCIM y centros de datos en América Latina, después de Brasil, hecho que se asocia a la preocupación por el aumento de la capacidad de TI, el acceso a arquitecturas de nube y la reducción de gastos operativos.

"Las organizaciones empresariales y gubernamentales están pasando de entornos de nube de prueba a confiar sus cargas de trabajo de misión crítica a las nubes. Al mismo tiempo, los consumidores continúan esperando acceso por demanda - en cualquier momento y lugar a sus contenidos y servicios. Esto crea una gran oportunidad para los operadores, la nube jugará un papel cada vez más relevante en el ecosistema de las comunicaciones", explicó Doug Webster, Vicepresidente de Marketing de Proveedores de Servicio de Cisco.

Tráfico de centro de datos tradicional



Tráfico de centro de datos de la nube



3.4 ZB Tráfico total del centro de datos

10.4 ZB Tráfico total del centro de datos

1 Zetabite (ZB) equivale a un sextillón de bytes, o a un trillón de gigabytes

Tomado de Cisco



Movilidad: soluciones virtuales, flexibles y con acceso por demanda

Oportunidad 2: Flexibilidad, mucho más que trabajo móvil

Hoy el mercado móvil representa cerca del 1.4% del PIB mundial y para 2018 habrá más de 4.000 millones de dispositivos en todo el mundo, según las cifras de la asociación europea Group Speciale Mobile (GSM).

Si bien las opciones de trabajo mediado por las tecnologías, junto a la virtualización de escritorios son parte de las transformaciones que traen las TI al mundo laboral, lo cierto es que los negocios per sé han de ser flexibles para dar respuesta a los intereses de sus clientes internos y externos, mucho más cuando millones de ellos habitan en la web.

En esta medida, hoy es posible pensar en negocios estacionales, que crecen en digital según la temporada y que no por ello deben asumir sobrecostos ni adquirir pesadas infraestructuras computacionales que les permitan sobrellevar los aumentos de tráfico.

La flexibilidad reina y los consumidores de cualquier página transaccional (desde compras en línea hasta atención al cliente), demandan una mejor experiencia de usuario. Al respecto, Alan Gucovschi, Gerente Comercial de Networking para América Latina de Citrix, señala tres aspectos clave para tomar decisiones sobre la solución tecnológica adecuada:

- **Disponibilidad.** La prestación ininterrumpida de los servicios en línea es fundamental para mantener la confianza de los usuarios y garantizar así que se aprovecharán las oportunidades de negocio derivadas de estar en la web. Para altos tráficos, se recomien da incluir soluciones de ADC (Application Delivery Controllers) que gestionen el flujo de solicitudes.
- Seguridad. Necesaria en todas las plataformas digitales y particularmente clave en los sitios dedicados a operaciones financieras en línea. Se deben considerar dos tipos de ataques básicos de los que puede ser víctima: hackeos para extraer información y ata ques de 'denegación de servicio' que saturan la web y hacen colapsar el sistema.
- Visibilidad. Esta característica es fundamental para dar respuesta adecuada a las distin tas solicitudes. La visibilidad permite no solo conocer el estado pasado y actual de una aplicación, sino también caracterizar a los usuarios y así poder perfilar una respuesta óptima para sus necesidades.

Gerentes de tecnología son llamados a transformar sus áreas y generar esquemas de gestión de TI que combinen todas las fuentes posibles



Imagen tomada de kordahitechnologies.com

















