

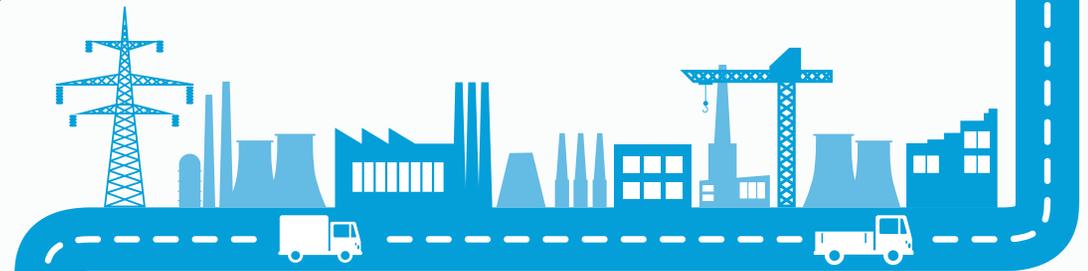
Transfórmese o sucumba a la transformación

En 2020, 50 000 millones de dispositivos estarán conectados a Internet, creando un valor económico de 19 billones de dólares. En un mundo digital donde los recién llegados derriban a los gigantes, es necesario transformarse o corre el riesgo de sucumbir a la transformación.

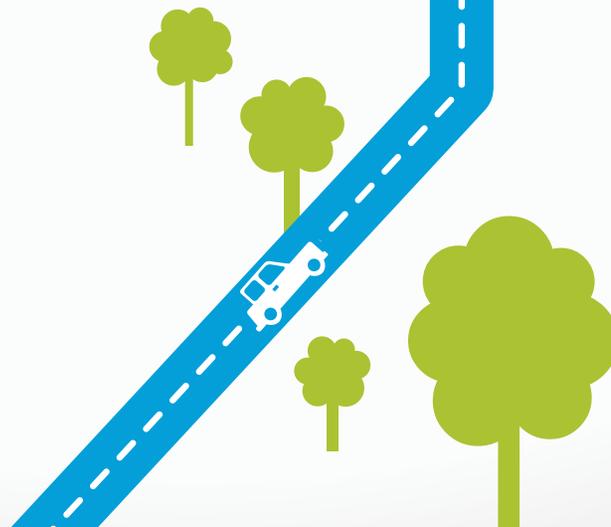
Amazon ha revolucionado el comercio minorista. Uber ha revolucionado el transporte. Airbnb ha revolucionado el sector hotelero. El patrón suele ser siempre el mismo: una plataforma digital que desafía las convenciones actuales en lo que a escala y complejidad se refiere. Y triunfa.

No existe ningún código fuente milagroso que un CIO pueda utilizar para digitalizar su organización. Sin embargo, hay cuatro cualidades fundamentales que comparten todos los que se han adaptado con éxito: todos han digitalizado su empresa sin renunciar a las operaciones más básicas e imprescindibles en su negocio. Todos han logrado ser más ágiles que la competencia. Todos procesan sus datos con la máxima eficiencia. Y todos consideran que la seguridad es un factor clave.

Índice



Ejemplo



Mantener las operaciones más básicas e imprescindibles

En 2020, un 75% de las organizaciones de todo el mundo estarán digitalizadas o en proceso de hacerlo. Hay tres cosas que debe hacer para completar esta transición sin ningún tipo de problema.



1. Alinear cada parte de la empresa con la agenda digital

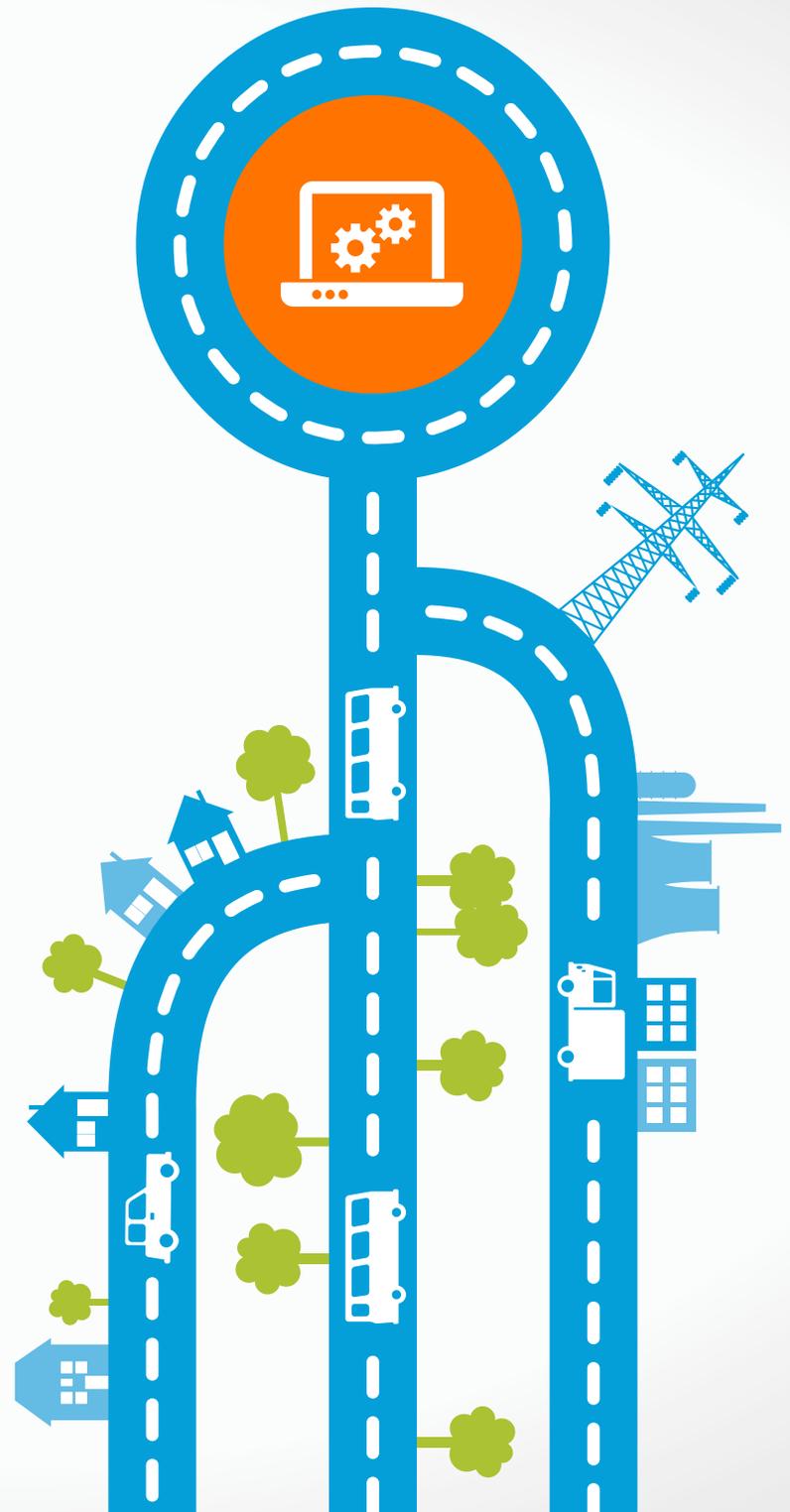
La mejor forma es dar protagonismo a las TI y de forma que sean las que llamen la atención del público. Así es como Jens Meier, CEO y director de la Autoridad Portuaria de Hamburgo, consiguió que se centraran en sus ideas.

“Hay un gran puente sobre el puerto llamado puente de Köhlbrand que tenía mucho tráfico”, explica Meier. “Cuando los camiones adelantaban, ralentizaban el tráfico que venía detrás. Cuando lo dijimos, nadie nos hizo caso. Empezaron a escucharnos cuando configuramos un sistema de TI para apoyar con cifras lo que ya sabíamos. Nos permitieron colocar una señal de prohibido adelantar para camiones y los atascos desaparecieron”.



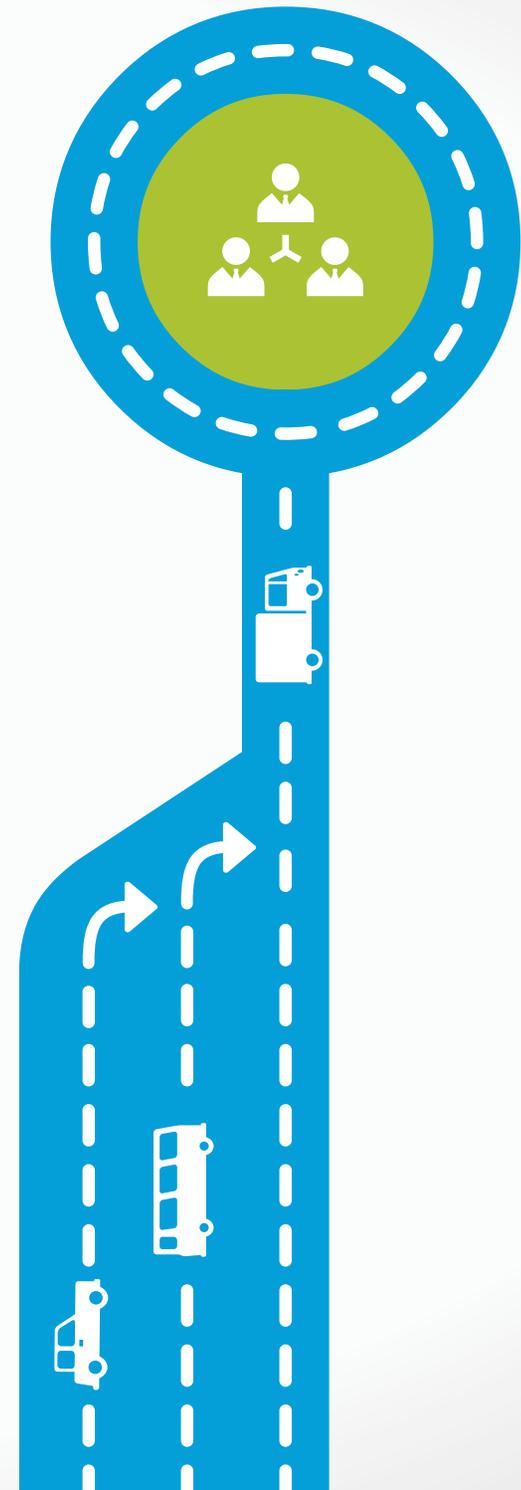
2. Llamar a los especialistas

La TI requiere especialistas, sobre todo en seguridad, procesamiento de datos e informática en general. Pero ¿quién es el que está mejor preparado para realizar la transición? Los ingenieros de redes, afirma Soni Jiandani, Vicepresidente de marketing de Cisco. “Cisco IT solo tardó cuatro días en formar a nuestros ingenieros de redes en Python. Antes del final de la semana estábamos automatizando tareas repetitivas”.



3. Fortalecer sus relaciones

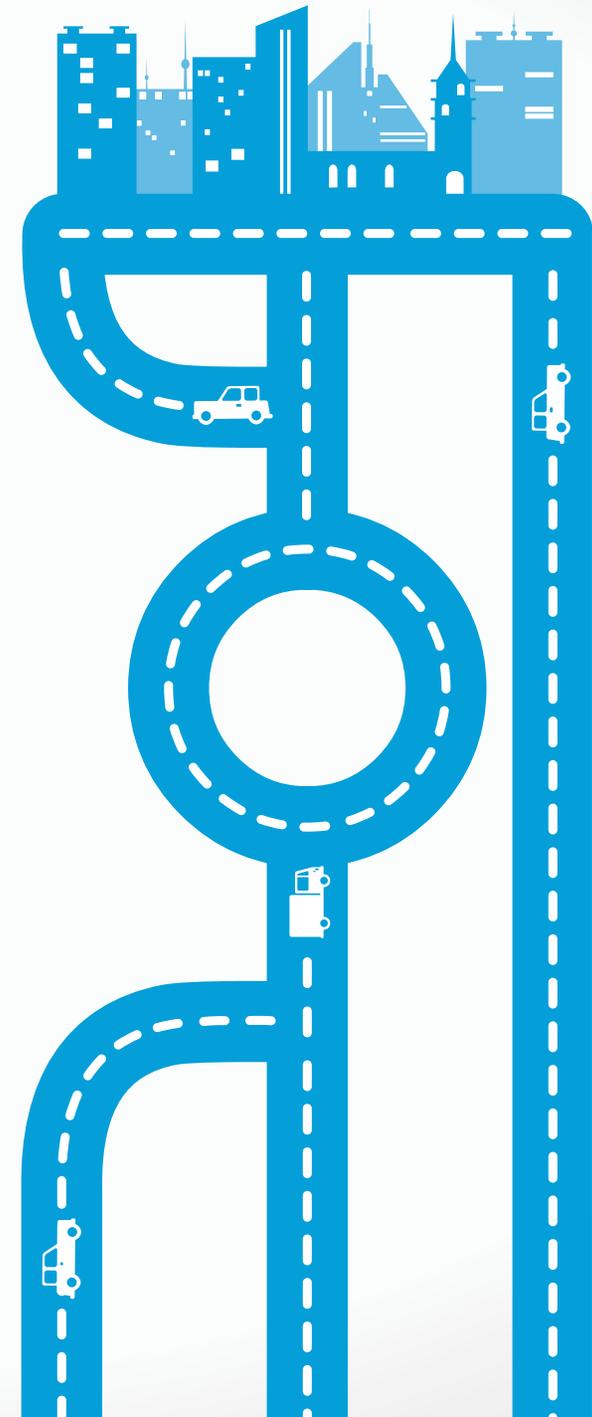
Cada proveedor, partner y cliente debe estar en el mismo equipo y tener los mismos objetivos. Ponerse de acuerdo con los tres al mismo tiempo puede parecer difícil, pero ningún CIO debe hacerlo solo. Cisco tiene un modelo de “desarrollo, adquisición y colaboración” que no solo se basa en el desarrollo de tecnología, sino también en la cooperación y colaboración con otras empresas lo que nos permite absorber nuevas habilidades en el proceso. Gartner lo mencionó recientemente como “tecquisición”.



Ser más ágiles

Lamentablemente la innovación no puede existir en el vacío. Si desea que sus inversiones en innovación sean rentables, es preciso crear el entorno adecuado. En John Lewis, este entorno es la sala Y: una habitación detrás de los cubos de la basura en la primera planta de su sede central de Londres. Está llena de equipos iMac, cortadoras láser e impresoras 3D, y tiene un solo propósito: una innovación veloz.

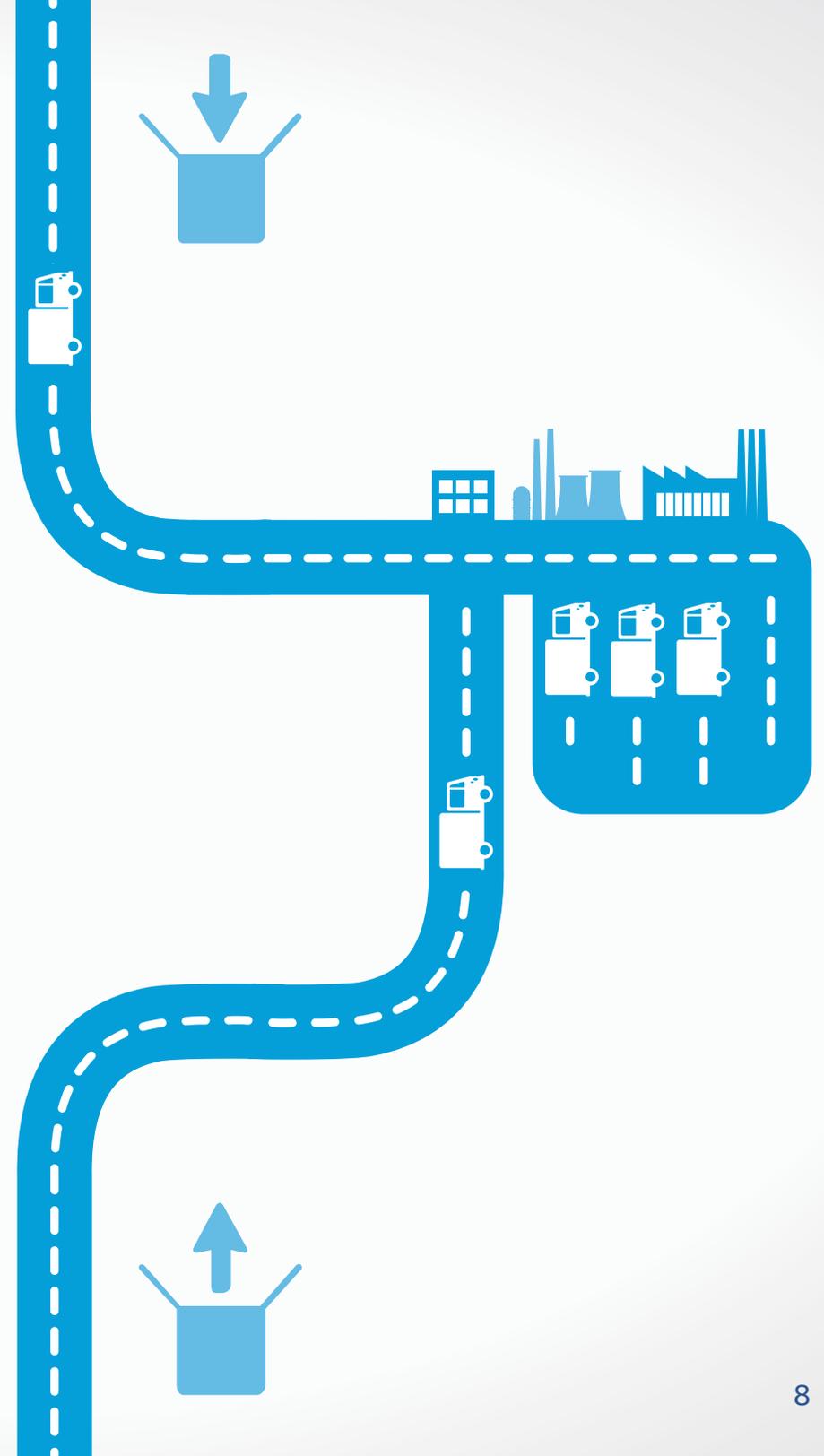
Si pasó por la tienda de John Lewis en Oxford Street el pasado octubre, seguramente vio el mural de sofás en miniatura con etiquetas RFID. Los clientes podían elegir el modelo que más les gustaba acompañado de una muestra del tejido, los ponían sobre una mesa inteligente y obtenían una imagen de su sofá personalizado en la pantalla. Tanto el concepto como la ejecución se llevaron a cabo en la sala Y.



Aprovechar los datos al máximo

Rebecca Jacoby, Vicepresidenta de operaciones de Cisco, considera que los datos son el “santo grial de la transformación”. Las organizaciones más perspicaces saben que los datos son su activo más estratégico, por lo que están encantadas de ofrecer dispositivos y software gratuito.

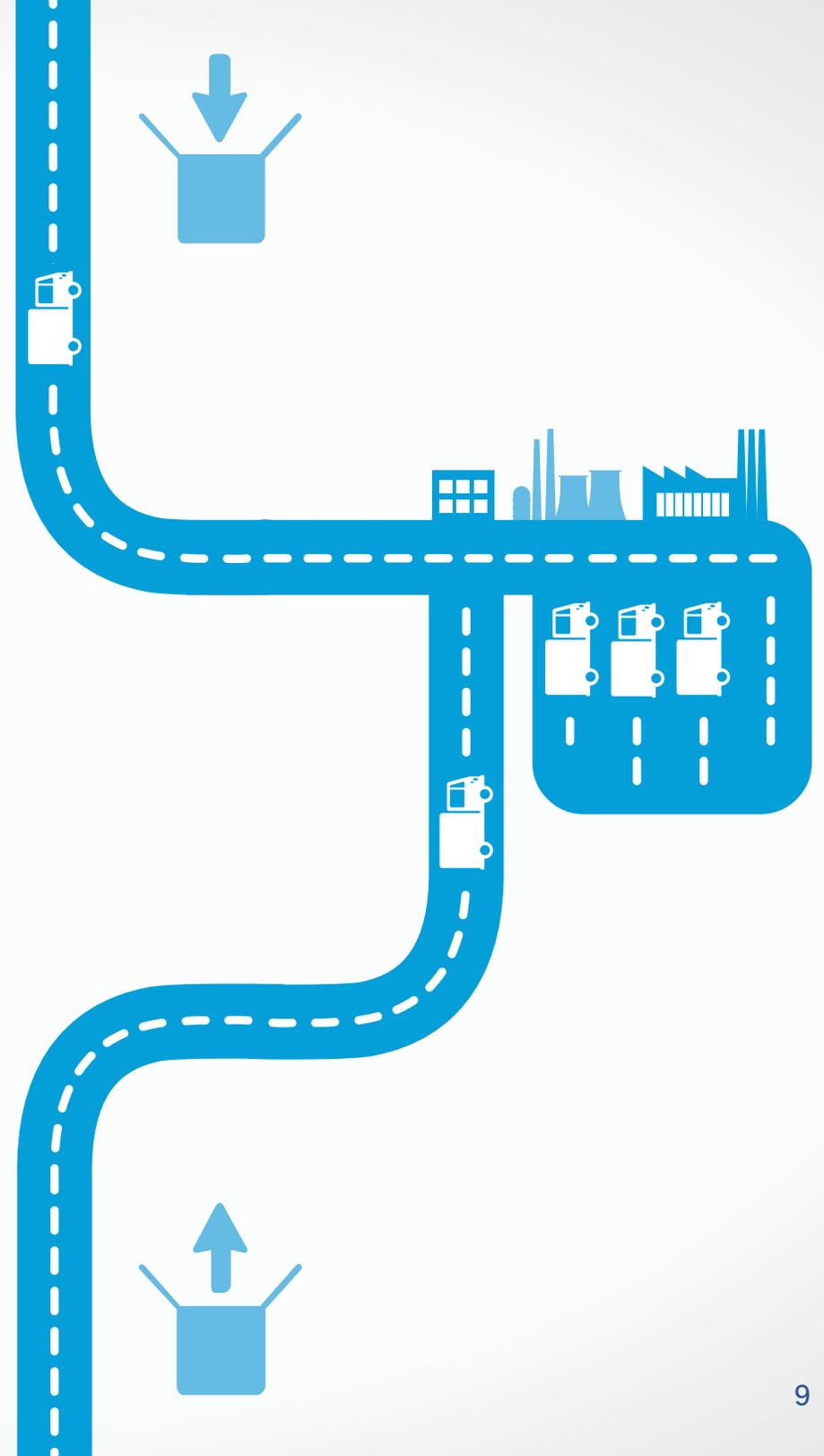
Por ejemplo, las Google Flu Trends ya predicen la propagación de la gripe con más precisión que los centros para el control de enfermedades, y es gratis. Google Search también es gratis. En el segundo trimestre de 2015, Facebook tenía 149 000 millones de usuarios habituales en todo el mundo, lo que equivale a las poblaciones de África y Sudamérica juntas. Si Mark Zuckerberg hubiera cobrado 20 dólares al año por la suscripción desde el lanzamiento de la empresa, ya habría ganado más de 140 000 millones. Pero lo único que desea son sus datos. Para Facebook, no tienen precio.



Aprovechar los datos al máximo

Un trocito de tecnología para datos puede otorgar a una empresa una ventaja imbatible sobre la competencia. Piense en Amazon. Ellos pueden saber no solo lo que ya ha comprado sino también lo que ha buscado. Esto les permite saber qué productos pueden hacerse populares y así asegurarse de que cuentan con existencias suficientes. Sus competidores, que utilizan el mismo tipo de logística de cadena de suministros y tienen el mismo tipo de productos, no pueden competir contra dicha tecnología.

Pero los datos son una bendición que puede convertirse rápidamente en una maldición. De media, el 70% de los datos permanecen almacenados ya que al haber tantos, no hay medios para gestionarlos. La buena noticia es que algunos emprendedores están creando nuevas herramientas para ayudar a las empresas a sobrevivir a este tsunami. Hadoop, de Apache, por ejemplo, ofrece a las organizaciones herramientas para almacenar sus datos y analizarlos al mismo tiempo.

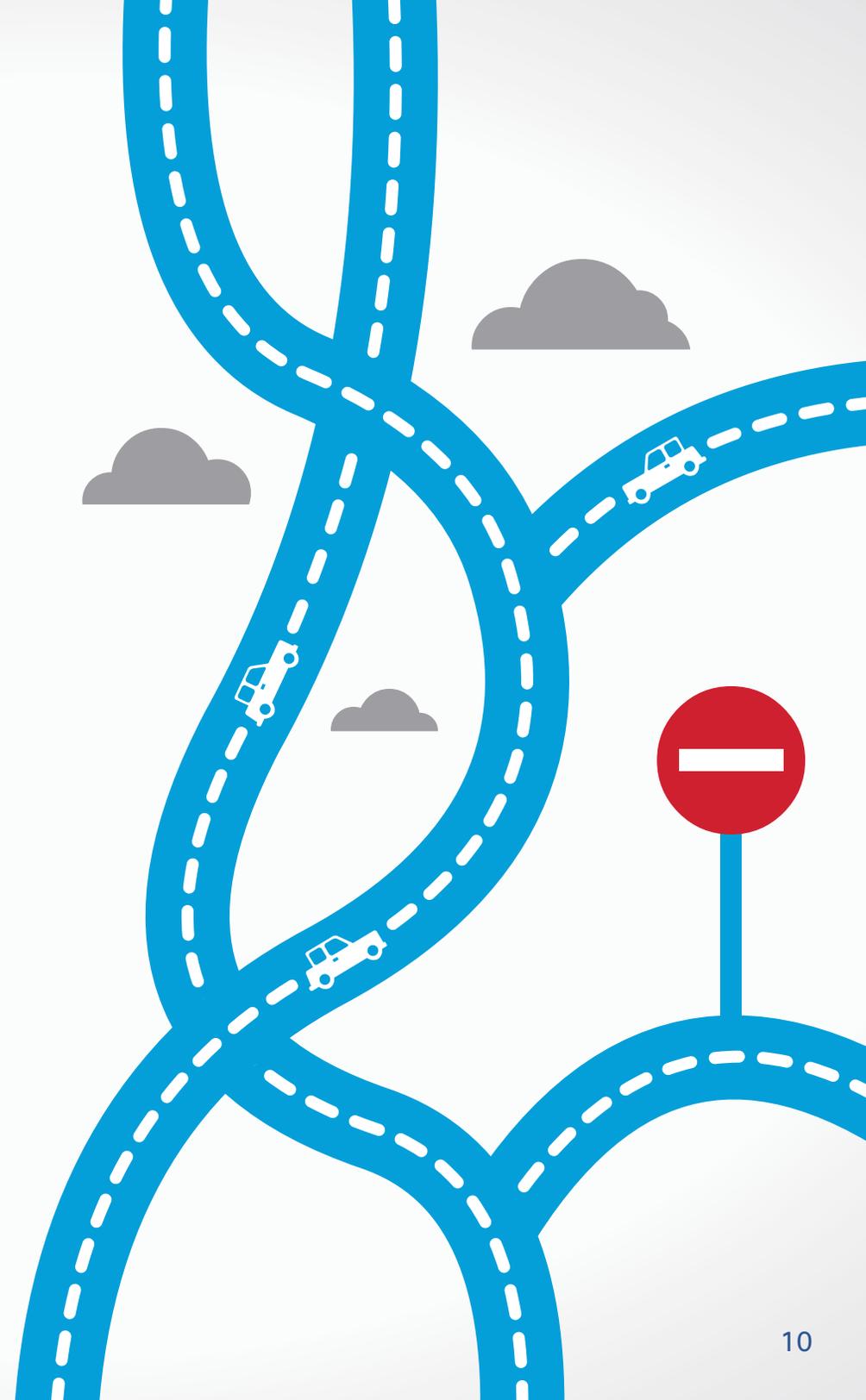


Considerar la seguridad como un factor clave

La última pieza del rompecabezas es la seguridad. La nube, la movilidad, los datos y la conectividad constituyen una ventaja competitiva crucial, pero todos tienen una dirección IP. ¿Cómo se protege entonces contra los ataques?

Actualmente, se puede robar el 60% de los datos en cuestión de horas, pero el 54% de las brechas de datos pasan desapercibidas durante meses.

A pesar de la existencia de este peligro omnipresente, muchas organizaciones han pecado de ingenuas y han protegido bases de datos enteras con un simple nombre de usuario y contraseña. El sueño de un hacker y una bomba de relojería para las RR. PP.



Considerar la seguridad como un factor clave

De acuerdo con Niall Murphy, fundador y Director ejecutivo de EVRYTHING, todos debemos empezar a tomarnos nuestros datos más en serio. “El intercambio de datos es una parte central del mundo IoT en el que vivimos, por lo que debemos plantearnos el control y los permisos a nivel individual que damos a los atributos de datos. Hay que compartimentar la forma de gestionar los objetos de datos en sus sistemas”.

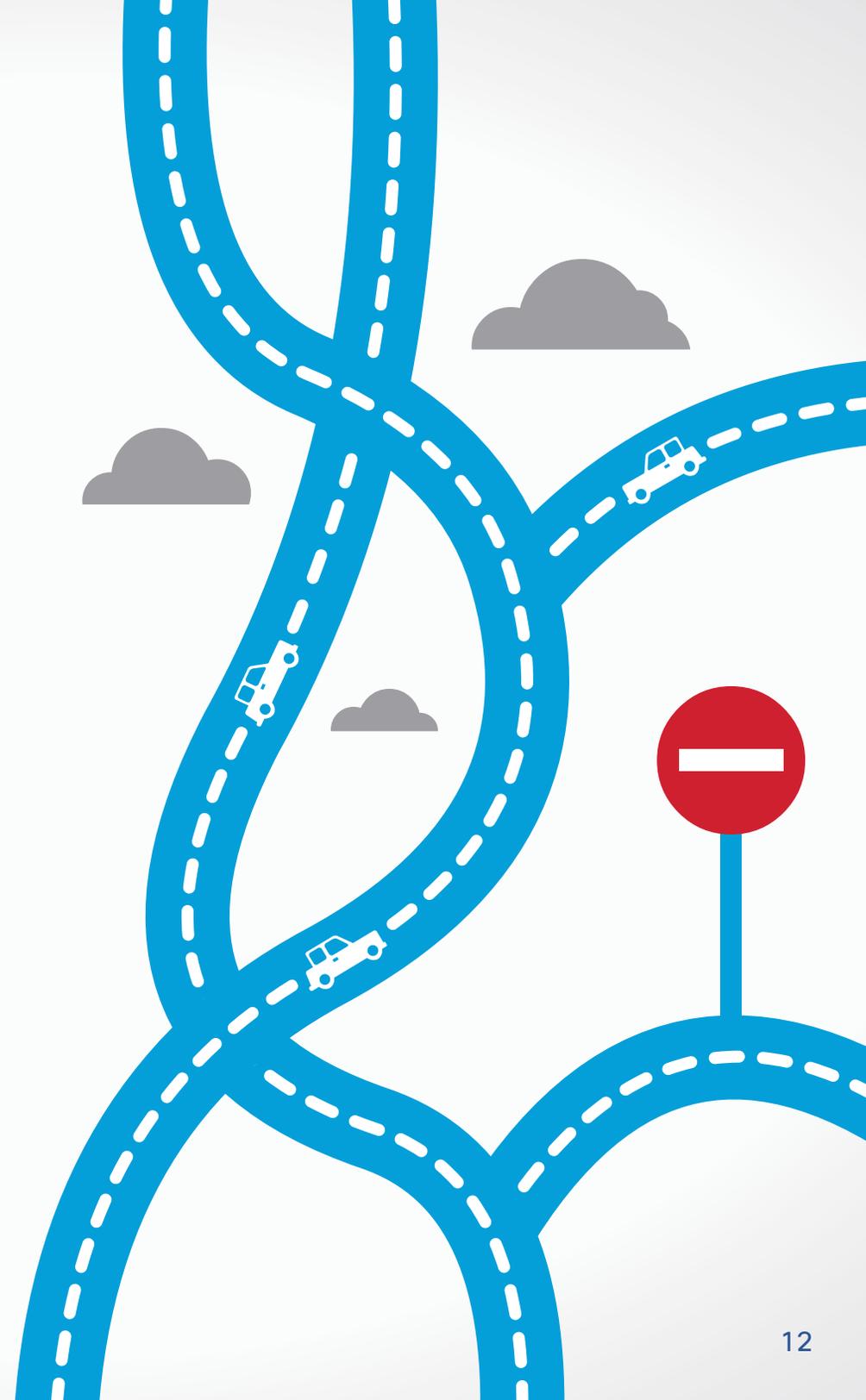
Las medidas de seguridad tradicionales no bastan en este nuevo mundo digital. Ya no es suficiente con tener sistemas de seguridad que se despiertan cuando se produce un ataque y se vuelven a dormir en cuanto pasa la amenaza.



Considerar la seguridad como un factor clave

“La seguridad debe estar omnipresente. Desde la red hasta el usuario del móvil. Y desde la nube hasta cada rincón de las operaciones. Debe funcionar allá donde estén los empleados y los datos”, afirma David Goeckeler, Vicepresidente del grupo de seguridad empresarial de Cisco. “Bien gestionada, la seguridad posibilitará modelos de negocio como la movilidad y la nube. Reduce el riesgo ya que evita más amenazas y aumenta la productividad de los equipos de TI para que las organizaciones permanezcan concentradas en lo que mejor saben hacer”. El grupo de seguridad empresarial de Cisco conoce muy bien la naturaleza de las nuevas amenazas. Goeckeler y su equipo actualizan continuamente las herramientas que utilizan, ya que los ataques son cada vez más avanzados.

“Observamos una mayor sofisticación”, afirma. “Los atacantes han descubierto cuáles son los mecanismos de defensa y buscan formas para sortearlos. El spam ha aumentado un 250% en el último año y se ha vuelto mucho más preciso”.

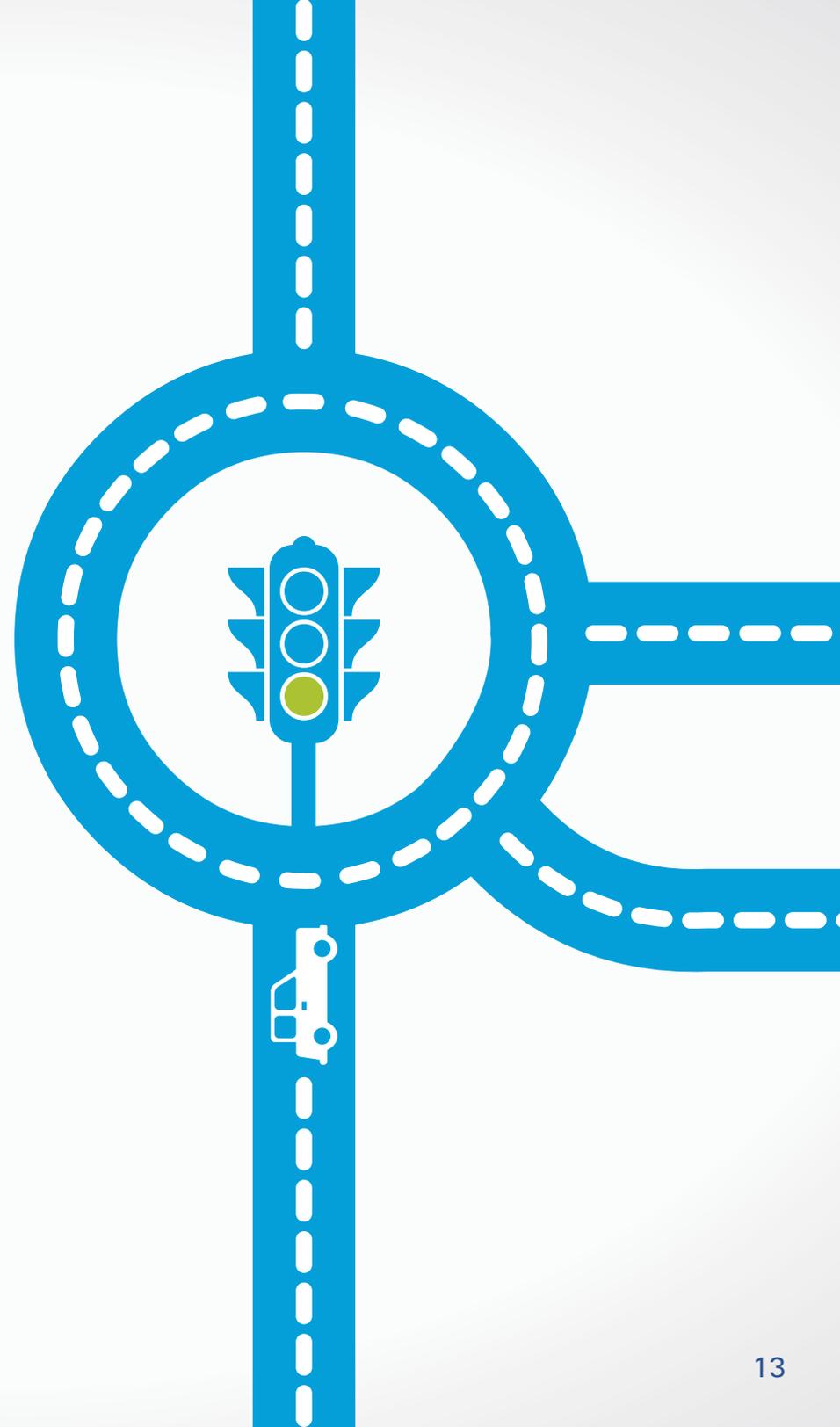


¿Por dónde empezar?

El mundo digitalizado del futuro no tiene ningún respeto por el tamaño o los años de historia de una organización. Para vencer, las empresas deben reinventarse y encontrar una forma de que sus empleados también lo hagan.

La clave está en empezar desde abajo, con laboratorios de innovación como la sala Y de John Lewis, y con inversiones en distintos niveles como su autopista de tres carriles. A medida que las TI vayan ocupando una posición cada vez más importante, los CIO deberán empezar a solicitar ayuda a otros innovadores, como universidades, investigadores y ciudades.

Las tradiciones morirán. Los líderes serán derribados. Solo sobrevivirán los transgresores más valientes. Tómese el cambio en serio y sea uno de ellos.





Productos vivos

Cada año se fabrican y venden 3,5 billones de productos de consumo en todo el mundo: Latas de refrescos, cajas de detergente, botellas de champú, etc. Hasta hace poco tiempo, estos productos no recopilaban datos, pero ahora se están convirtiendo en unidades vivas, que recopilan y transmiten información. O, en palabras de Niall Murphy, fundador y CEO de EVRYTHNG, en los “nodos de servicios de la red”.

Ahora, cuando pone el último cacito de detergente en la lavadora, puede utilizar la caja vacía para pedir una nueva. Básicamente, se ha llevado a casa un dispositivo a través del cual las marcas como Unilever o P&G pueden comunicarse con usted.

Murphy cree que el cambio hará que las empresas se mantengan alerta. “Cuando un cliente aprieta un interruptor para encender una bombilla que has fabricado, será mejor que se encienda. Si no lo hace, tendrá noticias al respecto y más vale que pueda hacer algo para solucionarlo”.

