



Consumerización TIC: ¿amenaza u oportunidad para el DTIC?

por Manuel Ángel-Méndez, *Analista Asociado, Penteo*



La balanza de poder ha cambiado en el mercado tecnológico. Del lugar de trabajo al hogar. El 40% de las familias en España ya accede a Internet por banda ancha. La penetración del móvil supera el 110%¹. Es el mercado masivo, el “punto dulce” para los grandes fabricantes de móviles y portátiles, operadoras de telecomunicaciones y compañías de Internet.

¿El resultado? Cada vez más empleados se encuentran con que los dispositivos y aplicaciones de su entorno personal superan en funcionalidades y usabilidad a los de su entorno corporativo. Es la tendencia imparable de la llamada **consumerización** TIC (IT consumerization, en su acepción en inglés). iPhones, mini-portátiles y aplicaciones web penetran en la empresa sin permiso ni conocimiento del departamento TIC (DTIC). Pero, ¿supone un riesgo o una ventaja? ¿Debe el DTIC frenar la consumerización? ¿Cómo afecta a las políticas de seguridad, compra y despliegue de activos tecnológicos?

Consumerización TIC, populismo tecnológico. Ambas expresiones se utiliza para denominar un fenómeno que ha llegado para quedarse: el traspaso, adopción y uso de tecnología de consumo en entornos corporativos. Móviles, PDAs, portátiles, aplicaciones... la frontera entre tecnología empresarial y de consumo se difumina. Tres grandes fuerzas la están haciendo posible: el mayor conocimiento tecnológico de las nuevas generaciones, la alta penetración de la banda ancha en las sociedades y la explosión en el uso de aplicaciones web colaborativas.

¿Deben los departamentos TIC (DTIC) intervenir y controlar esta tendencia en la empresa? ¿Cómo gestionar parques de dispositivos móviles cada vez más complejos? ¿Se puede beneficiar la actividad de negocio de la consumerización TIC? Son las preguntas clave que se hacen estos días los directivos tecnológicos.

La consumerización TIC en la empresa se está produciendo fundamentalmente en dos ámbitos:

- **Dispositivos móviles.** Muchos departamentos de tecnología compran de forma centralizada a un único distribuidor o proveedor. Sin embargo, cada vez más, los propios empleados adquieren por su cuenta móviles, PDAs y portátiles para uso personal y corporativo. El iPhone de Apple no ha sido el primer terminal de consumo que los empleados han pedido utilizar en su empresa. Pero desde luego ha sido el que ha acelerado la consumerización TIC de dispositivos móviles.

¹ Informe eEspaña2008, Fundación Orange

Por su parte, el BlackBerry Pearl fue el primer dispositivo de RIM en cosechar un éxito similar en el segmento de consumidor final y corporativo. Ahora, más del 30% de los clientes de RIM en todo el mundo son consumidores. Sus modelos Curve y 8800 siguen la misma línea, igual que lo hacen Nokia, HTC o Samsung. Con las capacidades de acceso remoto en plena madurez (SSL VPNs, web-mail...), estamos a punto de ver un flujo masivo de terminales personales conectados a la red corporativa. Incluidos mini-portátiles y todo tipo de pequeños equipos de navegación.

- **Aplicaciones web.** Hasta ahora, las aplicaciones de gestión de la información y conocimiento en la empresa se caracterizaban por una centralización basada en el mero acceso y almacenamiento de información. Por el contrario, la consumerización TIC está introduciendo en la empresa (con permiso o no del DTIC) aplicaciones basadas en la interacción entre empleados y la compartición de información.

Su diseño es intuitivo y sencillo. No requieren instalación, ni formación para su uso. Servicios como LinkedIn, Google Docs, Zoho o Plaxo están convirtiéndose en CRMs improvisados o efectivas aplicaciones de productividad. ¿Qué políticas de seguridad se deben poner en funcionamiento para evitar el filtrado de información confidencial? ¿Qué empleados deben tener acceso a qué tipo de aplicaciones web colaborativas?

CONSUMERIZACIÓN TIC: AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

El uso no controlado de tecnología de consumo en entornos corporativos está causando graves problemas de gestión y seguridad a las empresas. Las dos principales amenazas son:

- **Pérdida de control en el despliegue tecnológico.** Por definición, la consumerización TIC supone la entrada en los muros de la empresa de una variedad de dispositivos, sistemas operativos y aplicaciones no soportadas inicialmente. Esto supone alterar seriamente las políticas tradicionales de compra, despliegue y mantenimiento tecnológico. Por supuesto, el DTIC tiene el poder de impedir que esto ocurra, pero probablemente se convierta en una batalla sin fin con un más que asegurado resultado de derrota. Además, la presión actual por alargar los ciclos de vida del equipamiento TIC (desde desktops a móviles), hace aún más complejo gestionar un parque tecnológico cada vez más diverso sin políticas específicas ni personal dedicado.
- **Aumento de las amenazas de seguridad.** Con la pérdida de control sobre el parque de dispositivos y aplicaciones llegan los problemas de seguridad. Más del 60% de compañías en Europa admiten haber sido objeto de ataques de seguridad debido al uso indebido del acceso corporativo a Internet o aplicaciones empresariales. Y en más del 50% la pérdida de un portátil o teléfono móvil es la tercera causa de filtración de datos corporativos confidenciales². Ahora que los empleados pueden utilizar en su entorno laboral herramientas propias como web-mail, blogs o redes sociales profesionales, el problema es claro: cómo controlar los flujos de información, su integración en el *firewall* corporativo y la monitorización para evitar ataques de seguridad.

A pesar de los problemas, hay dos claras ventajas que los departamentos TIC deben explorar:

- **Incremento de productividad.** Con los ingresos empresariales en caída libre (bien por contracción de ventas o márgenes), los presupuestos TIC seguirán el mismo camino. En esta situación, la actividad de negocio necesita aumentar la productividad de sus empleados para complementar los procesos de reducción de coste. Fomentar la movilidad de aplicaciones clave (gestión de inventario, fuerza de ventas, servicio al cliente, operarios on-site, gestión la cadena de suministro...) es una apuesta segura para conseguirlo.

² Computer Security Institute (CSI), Computer Crime and Security Survey, 2007

Y ya está ocurriendo. Más del 50% de las empresas españolas aumentaron en el 2007 su gasto en voz móvil, y más del 60% el gasto en datos. El ratio actual de desktops frente a portátiles es aproximadamente 70/30, pero la transición a la movilidad no tardará en equiparlo. Muchas empresas ya han aprobado proyectos de movilidad de aplicaciones y dispositivos en función de los roles, aplicando diferentes niveles de servicio (y coste) a cada grupo de usuarios. Aprovechar el tirón de la consumerización TIC será fundamental para impulsar estos planes a un coste menor y con un ratio de uso y despliegue mayor.

- **Gestión flexible de la información y el conocimiento.** Durante los últimos años, la gestión de información en la empresa se ha basado en la inversión en portales, aplicaciones de gestión del conocimiento (ECM), e inteligencia de negocio. Ayudaban a los empleados a encontrar, compartir y usar la información que necesitaban. Pero la nueva ola de directivos y empleados desean acceder a la información en sus propios términos: en formatos específicos, en el contexto adecuado y con el dispositivo de su elección. Y rápido.

Por eso, los lentos modelos de provisionamiento tradicionales (traducción de necesidad de negocio en requerimientos tecnológicos, evaluación de software, selección, implementación, training...), no se adaptan a los nuevos tiempos. La consumerización TIC propone utilizar las herramientas escogidas por los propios empleados. Requieren minutos de auto-aprendizaje y serán los propios trabajadores los que busquen nuevos usos y desarrollos a las mismas.

¿CÓMO GESTIONAR LA CRECIENTE COMPLEJIDAD DE DISPOSITIVOS Y APLICACIONES?

Productividad, flexibilidad, colaboración... son objetivos que el DTIC debe promover, pero no a cambio de disparar los costes de gestión y aumentar la vulnerabilidad tecnológica de la empresa. Para lograr un balance adecuado entre ambas fuerzas, el director de tecnología y su equipo deberán:

- **Reconocer la inevitabilidad de la consumerización TIC.** No servirá de nada imponer políticas restrictivas. Los directivos senior seguirán reclamando un trato diferencial y los empleados más avezados tecnológicamente continuarán saltando entre los dispositivos y aplicaciones corporativas y personales. La única salida apunta a facilitar el cambio y, de paso, controlarlo a niveles que permitan extraer el beneficio clave de la consumerización TIC: el incremento de la productividad.
- **Establecer grupos reducidos de trabajo para pilotar proyectos.** Las compañías españolas que ya están adelantándose a la consumerización TIC lo están haciendo a través de tests y proyectos piloto. La mejor estrategia apunta a seleccionar un pequeño grupo de usuarios de negocio avanzados tecnológicamente. ¿Qué necesidades de movilidad tienen? ¿Qué tipo de hardware y software de productividad utilizan en sus ámbitos personales que no encuentran en el terreno corporativo? ¿Qué beneficios medibles extraen del uso de otros dispositivos y aplicaciones? El proceso debe desembocar en la identificación de proyectos a pilotar entre un grupo reducido de usuarios de negocio. Y los resultados han de generar métricas claras en consonancia con los tiempos que corren: aumento de productividad, reducción del coste de propiedad del parque tecnológico y mayor satisfacción de los usuarios de negocio con el servicio prestado por el DTIC.
- **Formalizar una nueva estrategia de movilidad para los dos próximos años.** Será necesario crear un nuevo rol dentro del DTIC que ayude a gestionar la inevitable explosión de movilidad que se producirá en los próximos años. Reevaluar la actual política de movilidad y seleccionar y desplegar una solución de gestión de dispositivos serán los primeros pasos. Históricamente, las compañías han intentado contener los costes de movilidad estandarizando el parque o centralizando las decisiones de compra (qué empleados reciben qué móviles o portátiles; a qué operadora se pueden conectar; qué sistema operativo y aplicaciones residen en esos dispositivos etc). Sin embargo, con la presión de la consumerización, esta opción tiene sus riesgos. Para dar cabida a la diversidad, muchas compañías ya han adoptado herramientas multi-plataforma de gestión de dispositivos móviles, como la suite Intellisync de Nokia o soluciones de gestión móvil de Sybase (Afaría).

- **Involucrar a los proveedores de servicios TIC.** Adaptarse a la tendencia de consumerización es un proyecto de cambio y transformación. El DTIC debe por tanto incluir en sus contratos con proveedores de servicios de telecomunicaciones y aplicaciones las cláusulas necesarias para involucrarlos. Éstos deben aportar propuestas y ser parte activa del modelo de provisión y gestión. Aspectos clave a evaluar serán: soluciones de seguridad en la gestión de dispositivos (gestión de identidades, encriptación de datos, borrado remoto de información en caso de pérdida del dispositivo...), flexibilidad en la gestión de activos y sistemas (BlackBerry OS, Symbian, Windows CE/Mobile... Mac OS, Windows Vista, Linux OS...) y capacidades de monitorización del parque de dispositivos y aplicaciones.

***Manuel Ángel-Méndez** es licenciado en Economía por la Universidad de Oviedo y cuenta con estudios en Microeconomía Avanzada en la London School of Economics y Economía Internacional en la Universidad de Maastricht (Holanda). Manuel posee amplia experiencia en asesoría y análisis tecnológico para grandes empresas en España y Reino Unido, habiendo dirigido durante 5 años el departamento Europeo de análisis de gasto tecnológico en Forrester Research en Londres. En la actualidad escribe para las secciones de tecnología de El País y Cinco Días y es analista asociado en Penteo ICT Analyst.*