

Ciberseguridad conectividad e innovación



Smart decisions. Lasting value.

Smart decisions. Lasting value.

Crowe, la octava Firma más grande del mundo

216 firmas
130 países
599 ciudades
764 oficinas
3.860 socios
35.327 profesionales

Audit / Tax / Advisory

www.Crowe.es

La ciberseguridad y su empresa



La ciberseguridad, también conocida como seguridad de tecnologías de la información, es la práctica de una empresa que está a cargo del blindaje de su infraestructura tecnológica, con especial énfasis en la información que viaja a través de ella y se resguarda en la misma.

En el mundo de hoy, tanto startups, PYMES e imperios multinacionales dependen cada día más de la tecnología, así que el desafío va más allá de contar con un buen antivirus.

Está demostrado que desconocer - o peor aún - subestimar los riesgos que implica el no tener prácticas de ciberseguridad es el error más común que las organizaciones están cometiendo.

Las empresas que aún no se han sintonizado con aspectos de ciberseguridad están expuestas a un serio riesgo operacional, a tal punto en que éste podría amenazar su supervivencia a corto, mediano o largo plazo, dependiendo de una amplia gama de riesgos internos y externos.

¿Qué medidas debe poner en marcha?

Las empresas que implementan prácticas de ciberseguridad bajo un enfoque coherente, sofisticado, coordinado e integrado con sus procesos, equipos y personal logran obtener un marco de gobierno IT razonable. Las reglas de oro para alcanzarlo son las siguientes:

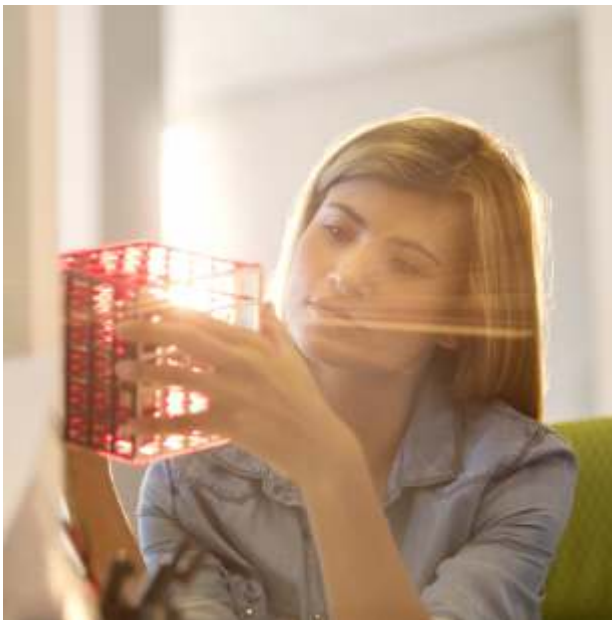
1. Realice un autodiagnóstico: ¿Con qué personal calificado y especialista en seguridad cuenta su área de tecnología?
¿Con qué herramientas y software cuenta?
¿Los recursos que hay están funcionando efectivamente?
2. Presupueste e invierta: realice los ajustes pertinentes en términos de personal interno, asesoría especializada externa y equipos necesarios.
3. Protocolice eventos y procedimientos: la misión de su área de tecnología consiste en identificar, recopilar, monitorear y analizar las amenazas internas y externas de seguridad. Luego, se deben levantar mecanismos de protección, procedimientos preventivos / correctivos y responsables.
4. Capacite a todo su personal: Realice capacitaciones frecuentes, publique políticas, manuales y empodere a su personal, de tal manera que cada empleado se convierta en un anillo de seguridad. Tenga presente que los virus y ciberataques sólo necesitan el descuido de un individuo para lograr vulnerar las organizaciones.

5. Implemente sistemas anti-virus / anti-malware robustos y sofisticados: un buen movimiento es adquirir soluciones de seguridad alojados totalmente en la nube, para que su empresa ahorre mucho dinero que tradicionalmente inyectaría en hardware mientras paralelamente centraliza la gestión de análisis y obtiene actualizaciones automáticas de aplicaciones, así como obtiene informes personalizados en tiempo real.
6. Prevenga la pérdida de datos (Data Loss Prevention - DLP): implemente un programa robusto de almacenamiento, uso, tránsito de información para incrementar la seguridad de sus datos y los de sus clientes. Con esto en mente, busque un sistema robusto capaz de monitorear y realizar copias de seguridad de la información que reposa en los computadores, dispositivos móviles y en la nube, todo bajo un mismo ecosistema de seguridad, de tal manera que sus empleados puedan comunicarse de manera eficaz compartiendo información mientras no se compromete el nivel de protección.
7. Su firewall es neurálgico: fortalezca su firewall para que esté blindado en dos aspectos fundamentales: detección de intrusos (IDS) y protección (IPS).
8. Sistema de recuperación ante desastres y bóveda IT (ITVault): Los ataques cibernéticos cada día son más sofisticados y agresivos, por eso es muy recomendable

que cuente con sistemas automatizados y robustos de respaldo, recuperación, clasificación de datos que le permitan asegurar la continuidad de su negocio a pesar de cualquier situación.



Conectividad e innovación



Estamos viviendo un cambio de era, la forma de relacionarnos unos con otros es distinta, existen nuevos patrones de comportamiento, lo cual afecta los modelos de negocio.

Sin apenas darnos cuenta, nuestras vidas giran en torno a la tecnología y difícilmente podríamos plantearnos prescindir de ella.

Hablar hace unos pocos años de conectividad, de entornos cloud, Internet of Things (IOT), accesibilidad a la información, parecía reservado a unos pocos, y ahora la tecnología forma parte de nuestro día a día, independientemente del tamaño de la empresa.

Esta tecnología nos permite fundamentalmente dos cosas:

Ser más eficientes. Se modifica el medio que utilizamos para el desarrollo de nuestras actividades pero la base de nuestras operaciones / proyectos es la misma. Diríamos si habláramos de circulación, que tendríamos coches más eficientes y autovías mejor trazadas, que nos permiten llegar más rápido de un lugar a otro.

Cambiar el modo en el que hacemos la cosas y por tanto plantear un modelo de negocio distinto. En ese caso ya no hablaríamos de una carretera o coches más rápidos, si no otro modo de comunicarse sin necesidad de transportarse físicamente, como puede ser el uso de drones o realidad aumentada.

Es evidente que estamos viviendo un cambio de era, la forma de relacionarnos unos con otros es distinta, existen nuevos patrones de comportamiento, y esto afecta a los modelos de negocio de las empresas.

Ambos casos fomentan el crecimiento de las organizaciones, lo dinamizan y logran lo que se denomina el crecimiento exponencial que, en definitiva, lo alcanzan aquellas organizaciones que se apoyan en las tecnologías disruptivas para lograr exceder las expectativas y una entrega de valor continuo.

Para entender el cambio disruptivo en las organizaciones y anticiparnos a ello hay que cuestionarse los patrones actuales y pensar de una manera diferente. Si pensamos de la misma manera llegaremos indudablemente al mismo resultado.

¿Y si extendemos este enfoque fuera de nuestras fronteras organizativas e involucramos en el proceso de innovación otros actores?

¿Y si somos capaces de utilizar la tecnología como el elemento clave de la generación de valor?

Cada vez más escuchamos como tecnologías como *blockchain* está cambiando el mundo de las relaciones basadas en terceros de confianza. Pasamos a un entorno *desintermediado*.

Lo mismo va a ocurrir con *crowdsourcing*, a la hora de poder acceder a nuevos modelos de conocimiento y talento para la entrega de valor y por supuesto, la robotización y la inteligencia artificial tendrá un impacto elevado en la forma en la que estamos imaginando el futuro del mundo hiperconectado.

¿Y que pensamos de la aplicación de la realidad aumentada (que en resumen se trata de incorporar elementos de la realidad virtual a un entorno real), por ejemplo, la visualización de objetos en 3D a partir de una referencia, situada por ejemplo en un libro? Se podría

examinar desde todas las perspectivas la estructura y funcionamiento de un cuerpo de manera mucho más clara que a través de una fotografía, ya sea un órgano del cuerpo humano, el sistema solar o un motor de combustión, lo que contribuye a la mejor comprensión.

Todo esto indudablemente ha cambiado y seguirá cambiando nuestras vidas, y lo hace mucho más rápido de lo que las organizaciones tardan en adaptarse, por tanto, pensemos en cómo anticiparnos y abordarlo:

Desarrollar culturas encaminadas a la innovación cuya aplicación genera una ventaja competitiva, hay que huir de la burocracia y de la rutina para así impulsar el cambio e innovar especialmente en los procesos de gestión internos. Fomente la innovación, asigne un tiempo determinado suyo y de su equipo a innovar (10%?).

Cooperar con empresas innovadoras o instituciones de este tipo nos aportará conocimiento, nuevas formas de hacer las cosas y propuestas de valor, podremos aplicar estas nuevas formas de trabajar a algunos de nuestros procesos y así innovar. Pensemos patrones que funcionaron en otros entornos y cómo podrían aplicarse en el nuestro.



Busquemos **laboratorios de innovación** que experimenten con nuevos conceptos, métodos o ideas frescas contando con participación y opiniones de clientes privados, universidades y sector público a través de distintos mecanismos, como encuestas, sesiones de trabajo, foros, webinars, etc.

Reingeniería de procesos, uso de drones, realidad virtual, aceleradoras de empresas o bigdata/datamining son ejemplos de avances fruto de laboratorios de innovación donde la investigación y la experimentación son las herramientas principales, abonadas por la creatividad e imaginación de sus miembros.



Atraer y desarrollar a las nuevas generaciones es uno de los aspectos clave desde el punto de vista de la innovación es poder aprovechar el enorme potencial que nos da la diversidad en las organizaciones, donde cada uno representa una cara distinta de un cubo de rubik (y necesarias todas ellas para que el juego tenga sentido).

En el caso de los *Millennials* (20-34 años), son generaciones de talento, inquietas y emprendedoras. Esto permitirá a las organizaciones obtener un buen posicionamiento en el ámbito de la innovación. Han nacido en plena era digital, poseen una excelente formación y tienen objetivos profesionales que van más allá de la excelencia operativa empresarial; quieren contribuir a la mejora y a la evolución de la sociedad.



Las nuevas tecnologías, como las redes sociales, nos permiten romper las barreras y nos ayudan interconectar y aprovechar todas y cada una de las fuentes de talento que existen en una organización. En este sentido, herramientas como Google, twitter, linkedin o facebook, aplicado en entornos profesionales son sin duda un soporte clave para conseguirlo, pero no suficiente.

Por otro lado, valoran más la satisfacción personal, la flexibilidad o la motivación continua antes que el desarrollo profesional a largo plazo o el sueldo. Se le llama salario emocional, y es tan relevante que incluso Oliver Hart y Bengt Holmström fueron reconocidos con el premio Nobel de Economía por su *Teoría de los Contratos* que aborda este tema.



Crear espacios y entornos propicios para la innovación.



No hay que olvidar que la innovación surge de las personas ¿Piensan que todas las personas que van a Silicon Valley son genios o creativos? La realidad es que son personas motivadas, en un entorno adecuado que propicia un fin único, como es el fomento de la innovación.

Hagamos de nuestras empresas y entornos nuestro Silicon Valley particular; y esto incluye, desde los espacios físicos donde las personas desarrollan sus actividades y tienen un impacto directo en el desarrollo de su propia creatividad, como los entornos colaborativos enfocados en una *redarquia* en vez de una jerarquía.

Por tanto, parece lógico pensar que uno de los primeros pasos para que nuestros equipos de trabajo generen innovación, es facilitarles espacios físicos y líderes que ayuden a conseguir ese fin.



Colaboración transversal

El siguiente elemento necesario para poner en marcha la inteligencia colectiva de la organización y aplicarla a la innovación nace de una concepción distinta de liderazgo profesional, basado en líderes de proyectos más dinamizadores y facilitadores de la comunicación, en el reconocimiento y el fomento por la participación de todas las fuentes de talento dentro de la organización. Sin duda, la figura de responsable de innovación tiene que ser un elemento a cuidar como parte de la implantación de estos procesos.

Abra su mente y diseñe su plan de acción, céntrese en los 10 puntos clave de la innovación:

1. La innovación viene de cualquier parte.
2. Enfóquese en el usuario.
3. No piense en productos ni servicios, piense en soluciones.
4. No se centre en ganar a los competidores sino en cómo generar valor agregado a los clientes.
5. Apueste en tecnología.
6. Lance productos y correlacione unos con otros.
7. Asigne tiempo a sus empleados para innovar.
8. Vaya a procesos abiertos, todo lo cerrado ata.
9. La innovación surge de la libertad.
10. Tenga un objetivo que importe.





Smart decisions. Lasting value.

Audit / Tax / Advisory

www.Crowe.es



¿Cómo te podemos ayudar?

Si quieres más información acerca de nuestros servicios de consultoría, esta es tu persona de contacto. Estaremos encantados de resolver tus dudas.

Loreta Calero

Managing Partner de Consultoría / Crowe España
Member Board of Directors / Crowe Global

Loreta.Calero@Crowe.es
T. 914 51 70 30

P.º de la Castellana, 130, 7ª Planta
28046
Madrid, España