



## La hora de quedarse en la nube y sacar ventaja

'Cloud computing'. El término no es nuevo. Significa computación en nube y desde hace más de dos décadas estar en la nube o simplemente en Internet viene siendo la regla.

Lo novedoso, sin embargo, es la manera como se están beneficiando las empresas cuando ponen la mirada en la nube como estrategia competitiva. Las múltiples posibilidades para el marketing, para la gestión con los clientes, entre otros temas, vienen evolucionando de menos de 10 años para acá, y cada vez mostrando facetas y oportunidades diferentes en la nube para la generación de valor de las compañías.

Aunque como ya se había mencionado que el término no es nuevo, vale la pena aclarar a qué se refiere el 'Cloud computing'.

A mediados del año pasado, el genio de los sistemas, Steve Jobs, expresó que el cloud no era una especie de disco duro en el espacio, sino "una serie de servidores en la tierra que tienen capacidad para guardar información ilimitada".(1)

Tal como sucede con la red social Facebook, para entenderlo con un ejemplo 'cotidiano', los usuarios no guardan la información en sus computadores de la casa, sino que simplemente tienen acceso a ella (texto, fotos, videos, etcétera) a través de la conexión a Internet. Como pasa con el correo electrónico, las personas acceden a ellos después de introducir su usuario y contraseña. Pero toda la información está allá, en la nube, susceptible de ser actualizada, quitada, compartida y más.

La pregunta es, ¿cómo pueden obtener ventaja las empresas ubicándose en la nube?

Las disertaciones de los expertos alrededor del tema plantean –de entrada– ventajas desde dos dimensiones en particular, sin que ello quiera decir que no haya más. La primera, relacionada con la dinámica con los clientes; la segunda, con la disminución de los costos.

De la misma manera como un usuario en Facebook busca personas, hace amigos, los segmenta de acuerdo a determinados intereses y hasta puede dar el 'me gusta'; las empresas con la mirada en la nube "tienen la posibilidad de capturar información libremente en Internet y aprovecharla para crear estrategias que le permitan llegar al mercado de forma más eficiente".(2)

Con el acceso libre a dicha información, de lo que se trata en las compañías es de empezar a gestionar este tipo de datos. Desde los comentarios de las personas (potenciales clientes) en relación con determinados productos o servicios, hasta la dinámica de las tendencias, pasando por el análisis de aquellos perfiles que forjan opinión y que en la mayoría de los casos son determinantes para abrir paso a la acción de la gente del común.

Si bien los departamentos de marketing vienen realizando tradicionalmente buena parte de esta labor, hacerla a través de Internet tiene la gran ventaja de que la información recopilada puede gozar de mayor exactitud.

Juan David Garzón, gerente de preventa de una consultora especializada en 'cloud computing', lo explicaba magistralmente en el número 363 de la revista Dinero. "Los nuevos sistemas brindan una visión del cliente 360 grados. Así, la empresa puede ver las actividades pendientes y organizarlas por su nivel de importancia". Esto —explica Garzón— "permite que la empresa se mantenga al tanto de los cambios en los clientes y en tiempo real. Similar a lo que sucede con las redes sociales, en los CRM (Gestión de relación con el cliente, pero por su sigla en inglés) en la nube es la información relevante la que busca a la empresa".(3)

### **De resultados del Icfes e historias clínicas en la nube**

Por otra parte, si hay algo que refleja el tráfico en Internet, la actividad en la nube, es quizás que pueden ser frecuentes las relaciones gana-gana.

Y es que de la segunda variable de la ecuación, la de la disminución de los costos, también pueden desprenderse oportunidades colaterales para los clientes.

La computación en nube supone un modelo en el que las empresas están lejos de pagar los costes de infraestructura, mantenimiento de redes y actualización de software para el desarrollo de sus procesos. Con el 'Cloud computing', las empresas pagan a estas centrales especializadas por el servicio, como actualmente se hace por un servicio público cualquiera como el suministro de gas o energía. Pablo García Mexía, docente de derecho en Internet, lo ilustra de forma sencilla en un ensayo para la edición de verano de 2010 de la Nueva revista de Política, Cultura y Arte (Madrid, 2010).

Piénsese, por ejemplo, en una firma de la industria del juguete, que tiene altos picos de demanda en épocas navideñas. Mantener su infraestructura para la gestión de datos e información exigiría una inversión determinada. No obstante, esta sería menor si deposita la misma a un agente externo y paga por ella sólo en épocas de uso; es decir, en noviembre y diciembre.

Un ejemplo más diciente es el del Icfes, que ahorró costos con el uso de la plataforma de Microsoft, Azure. Sus servidores habrían estado subutilizados la mayoría de los meses del año, después de la realización de las pruebas para los colegios de calendario A y B, que las tienen sólo dos fines de semana de un par de meses. Con el uso de la plataforma, el Icfes sólo pagó por el uso de Azure cuando se dio la alta demanda: 300.000 estudiantes consultando los resultados al finalizar marzo y septiembre.(4)

Pero García Mexía, en su artículo 'La computación en nube', pone de manifiesto también los beneficios para gente del común con este modelo del cloud con dos ejemplos.

En el primero de ellos, la fotografía es la de una persona que, tras un accidente de gravedad, debe ser atendida. En este caso, el ciudadano "quizás esté menos interesado en quién tenga alojado su historial clínico, que en el hecho de que un médico, de urgencias, deba tratarlo y pueda acceder al mismo con la rapidez y agilidad que una situación de vida o muerte requeriría".(5) Aquí, el cloud resultaría efectivo en lo que se refiere a cooperación y coordinación entre administraciones.

Y en el segundo, la fotografía es la de un plus —de valor—, generado por cuenta de compartir información en la nube por dos o incluso más instituciones universitarias.

El estudiantado, a través de una simple conexión a Internet, podría tener acceso a los fondos bibliográficos dado que sus instituciones comparten la misma plataforma en nube. Además de que con la oportunidad que se perfilan ya es una revolución, en la computación en la nube el siguiente paso quedará determinado por la sincronización de los dispositivos móviles, teléfonos inteligentes y tabletas con las computadoras de la oficina y la del propio estudio de la casa. Si es que aún no es obsoleto.

- 
1. Sin autor. (2011, 13 de junio). La nueva Ola. Semana, (1.519), 98 – 99.
  2. Sin autor. (2010, 26 de noviembre). La nube a la inversa. Dinero, (363), 80 – 81.
  3. *Ibíd.*
  4. Sin autor. La empresa en el aire. (2011, 4 de febrero). Dinero, (366), 80 – 81.
  5. García Mexía, P. (verano, 2010). La computación en nube. Nueva revista de política, cultura y arte, (128), 134 - 142.