

de la Escuela de Negocios John M. Olin de la Universidad de Washington, estima que 40% de las compañías F500 en S&P no existirán en menos de diez años.

La gente entiende que las nuevas tecnologías están impactando el paisaje de los negocios y sus vidas. La realidad es que las empresas más grandes obtienen el veinte por ciento de sus ingresos en negocios digitales, pero tal vez en un año este porcentaje podría subir a 37%, y esto es aparentemente inevitable.

Puedo resumir diciendo que es necesaria una continua innovación digital para las empresas alrededor del mundo, y eso les ayudará a proveer ventajas competitivas para su negocios, ofreciendo productos o servicios que el cliente puede estar necesitando para su nueva realidad interconectada.

LA TRANSFORMACIÓN BANCARIA, ¿REAL O SOLO ADAPTACIÓN?

Por Daniel Aguilar, vicepresidente de Ventas para Latam de Latinia. En el marco de Finnosummit, organizado por Finnovista.

1. Adaptación vs transformación: Hoy, la realidad es que no hay transformación digital en la banca, hay adaptación, pero no mucho más que hace 20, 50 o incluso 200 años, pero con herramientas digitales, substituyendo ventanillas por pantallas, móviles o portátiles, pero en esencia, se venden los mismos productos que compraban nuestros padres. Eso sí, cuando la esperada transformación culmine, llamémoslo Armagedón o Juicio Final, en cuanto a servicios financieros, y sí, he obviado a propósito la expresión "banca", nada volverá a ser como antes: podemos discutir el horizonte, si cinco o diez años, pero no el revolcón y el polvo que levantará.

2. Compras y adquisiciones vs ADN corporativo: El mercado está trufado

de casos recientes de sonadas adquisiciones por parte de la banca tradicional de negocios disruptivos que les han permitido acelerar su innovación, pero la transformación no depende de esto; no se puede ir al mercado todos los días. Está bien, muestra empeño e interés, voluntad, pero el verdadero cambio está en el alma de la entidad. Se puede llegar a comprar una visión, pero no a cambiar de cultura como quien va al sastre a que le tomen nuevas medidas para un traje Slim fit y parecer así más joven.

3. Todo es nuevo. Y no es un chip (esto de lo digital, es sangre nueva). Todo está por inventar. La banca corre el riesgo de replicar el *cumb bit pipe* que en su día gangrenó el negocio de los telcos. Hay que repensar el modelo desde cero, pero con bits en vez de átomos. No es un asunto de *tech*, a colación de este evento centrado en las *fintech*, sino de *trust*, por ahí sí tienen una alfombra roja al corazón del cliente. Ah, y no busquen al Uber de la banca, y si alguien se postula, desconfíen: por "comoditizados" que parezcan los servicios financieros el negocio bancario es infinitamente más complejo que trasladar a un pasajero del punto A al punto B.

DESCUIDO Y DESORDEN DIGITAL EN DISPOSITIVOS Y APPS

Por Andrei Mochola, director de Consumer Business en Kaspersky Lab.

El desorden digital está creciendo debido a una explosión en el uso de aplicaciones y los avances en la capacidad de almacenamiento de los dispositivos. Sin embargo, el mantenimiento deficiente de estas aplicaciones deja a los dispositivos vulnerables a amenazas de seguridad. Un nuevo informe de Kaspersky Lab revela la magnitud del problema del desorden digital entre los usuarios de Internet en todo el mundo.

El estudio encontró que los usuarios suelen instalar 12 aplicaciones de Android cada mes, pero eliminan solo 10; en efecto, añaden dos aplicaciones a su dispositivo mensualmente. Al tener más aplicaciones instaladas en los dispositivos, es importante administrarlas para evitar el desorden digital. Sin embargo, encontramos que en sólo la mitad (55%) de los casos, los usuarios actualizan y revisan de manera regular el contenido de su dispositivo y eliminan los documentos y aplicaciones que no utilizan.

Los resultados son parte de un nuevo informe compilado por Kaspersky Lab titulado "El desorden digital y sus polígrafos", que se basa en el conocimiento adquirido al emplear una combinación única de una encuesta en línea realizada en 17 países, el análisis estadístico de Kaspersky Security Network (KSN) y un experimento en el desempeño de las aplicaciones realizado por el equipo interno de pruebas de Kaspersky Lab.

El crecimiento de este desorden digital significa que la limpieza y actualización de aplicaciones es ahora más importante que nunca para combatir el malware que utiliza precisamente las vulnerabilidades de las aplicaciones para penetrar en los dispositivos. Pero la encuesta encontró que en una cuarta parte de los casos (28%) los usuarios solo actualizan las aplicaciones en sus dispositivos cuando se ven obligados a hacerlo y en 10% de los casos intentan no hacerlo.

Uno de los principales peligros es que las propias aplicaciones pueden poner en riesgo los datos y los dispositivos de los usuarios, debido a su actividad cotidiana. Los resultados técnicos de Kaspersky Lab muestran que de 100 aplicaciones de Android que los usuarios pueden administrar (es decir, instalar y eliminar), 83 tienen acceso a datos confidenciales de los usuarios: como contactos, mensajes y datos, e incluso pueden realizar llamadas y enviar mensajes SMS.

Otros hallazgos de KSN muestran cómo las aplicaciones pueden funcionar sin el permiso del usuario. En promedio, los usuarios tienen 86 aplicaciones en su dispositivo Android. Cuando se probó