

Por qué la experiencia del cliente es algo que nos compete a todos en la economía de las aplicaciones

Democratizar la gestión de la experiencia de usuario es el futuro de la gestión del rendimiento de las aplicaciones.

Índice

Resumen ejecutivo	3
<hr/>	
Sección 1:	4
El software es ahora la cara visible de su empresa	
<hr/>	
Sección 2:	7
La necesidad de democratizar la gestión del rendimiento de las aplicaciones	
<hr/>	
Sección 3:	11
La cara del éxito	
<hr/>	
Sección 4:	15
Conclusión	

Resumen ejecutivo

Reto

Puesto que, hoy en día, la mayoría de las interacciones son digitales, la experiencia que disfrutan sus clientes con sus aplicaciones suele ser la más importante de las que llegarán a tener durante su relación comercial. La viabilidad de su marca depende en gran medida de la calidad de la experiencia que tengan con sus aplicaciones, tanto si las utilizan desde un equipo personal como desde un portátil, una tableta, un móvil o, incluso, artículos tecnológicos que muy pronto podrán llevarse puestos. En consecuencia, los directores de TI y responsables del ámbito tecnológico deben saber cómo ofrecer al usuario una experiencia con las aplicaciones que cumpla con sus expectativas.

Oportunidad

Al disponer de las funciones de gestión del rendimiento de las aplicaciones adecuadas, los directores de TI pueden identificar y solucionar proactivamente posibles aspectos problemáticos antes de que el cliente llegue a experimentar problemas. Sin embargo, la posibilidad de ofrecer una experiencia superior en cuanto al uso de las aplicaciones y al rendimiento solo estará al alcance de aquellos directores de TI que sean capaces de dar con los datos de rendimiento de aplicaciones adecuados y de ponerlos en común con los expertos internos indicados, que están en situación de actuar con determinación y proactividad.

Ventajas

Los directores de TI que logren dar los pasos necesarios para obtener la información de rendimiento clave necesaria y poner en común (o democratizar) esos datos con directivos empresariales, directores de TI, equipos de desarrollo, de control de calidad y de pruebas y unidades operativas serán aquellos que podrán situar su empresa en un lugar aparte al ofrecer experiencias que suscitan la satisfacción del cliente, impulsan las ventas y favorecen la fidelidad.

Sección 1:

El software es ahora la cara visible de su empresa

Tras varios años oyendo hablar de las promesas de la ubicuidad de la informática y del surgimiento de la economía de las aplicaciones, el rápido avance de la informática móvil ha propiciado que, por fin, esa visión de una informática y un acceso a las aplicaciones verdaderamente omnipresentes esté a punto de hacerse realidad. Basta pensar en las fuertes tendencias que existen respecto a la banda ancha universal, la informática móvil y la generalización del uso de procesos de desarrollo y gestión de TI ágiles para darse cuenta de por qué muchas organizaciones están logrando implementar más aplicaciones de lo que hasta ahora era posible en un mercado que, como el actual, siempre pide más.

¿Qué implicación tiene todo esto para los directores de TI a la hora de ayudar a su empresa a partir de una mejor posición para ser competitiva en esta economía de las aplicaciones que tan rápidamente evoluciona? Que la calidad de las aplicaciones que construye la empresa y el rendimiento de dichas aplicaciones son esenciales para ofrecer al cliente una experiencia digital de calidad. Toda empresa debe considerar que es un negocio de software, pues es lo que está “reprogramando” (o, literalmente, reescribiendo) el mundo empresarial actual. Actualmente, ningún sector se libra de la economía de las aplicaciones. Piense en la que piense, puede estar seguro de que también estará experimentando una transformación a manos del software. *Tal como apunta escuetamente Mark Raskino, analista de Gartner: “En 2014, los directores ejecutivos deben centrarse en dirigir sus organizaciones de forma que piensen y actúen de manera más similar a cómo lo haría una empresa tecnológica pues, de aquí a unos años, serán las funciones empresariales digitales las que dominen todos los sectores. Es imprescindible actuar con rapidez, pues lo habitual en las empresas digitales es que quien da el primer paso sea quien lleve la delantera y, por ello, quienes lo sigan han de actuar de inmediato”.*¹

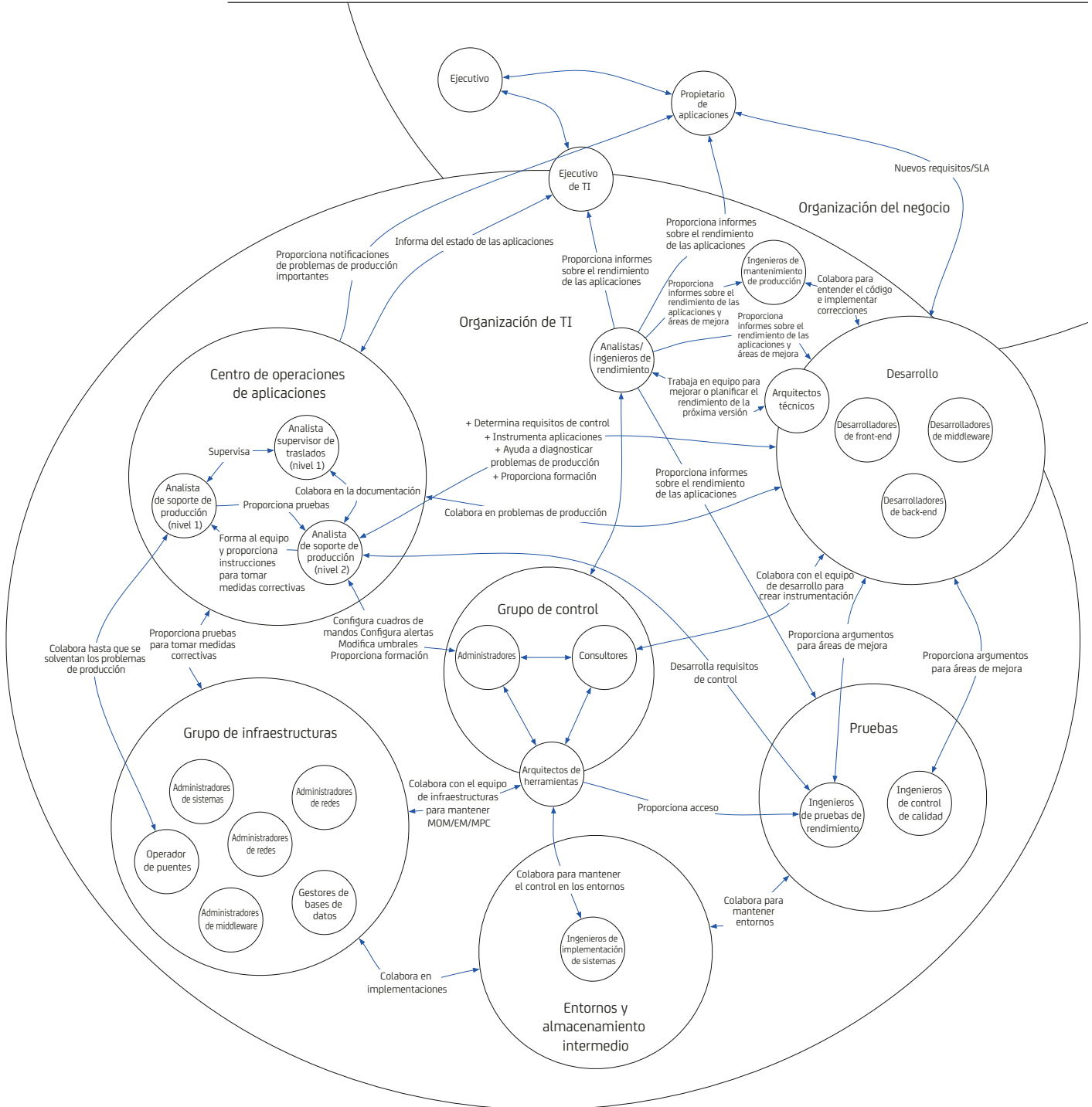
Lo cual no puede ser más cierto. Al depender cada vez más de las aplicaciones, ahora es más importante que nunca que las empresas controlen y gestionen la experiencia de usuario final con las aplicaciones en todo tipo de entornos: físicos, virtuales, en la nube y en sistemas mainframe. Quizás esa es la razón que hay detrás del auge de la inversión en tecnologías de control del rendimiento de las aplicaciones. Lo cual no puede ser más cierto. Quizás esa es la razón que hay detrás del auge de la inversión en tecnologías de control del rendimiento de las aplicaciones. *Según el informe de Gartner “Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update”, el mercado de software de operaciones de TI crecerá de los 2600 millones de dólares de 2014 a 3700 millones en 2018.*²

Por desgracia, pese a las inversiones realizadas, la mayoría de las organizaciones no están sacando partido a sus esfuerzos de gestión del rendimiento de las aplicaciones. Con demasiada frecuencia, las herramientas de gestión del rendimiento utilizadas, así como la información que almacenan y los conocimientos necesarios para su uso, presentan una ubicación y gestión centralizadas. Además, su enorme repositorio de datos de rendimiento solo resulta accesible para un reducido grupo de “usuarios avanzados”.

Sin embargo, puesto que actualmente se construyen tantísimas aplicaciones de forma independiente al departamento de TI, este enfoque ha quedado desfasado. Así, este modelo centralizado de gestión del rendimiento de las aplicaciones se viene abajo ante el aumento del número de aplicaciones utilizadas y su amplia distribución en los dispositivos móviles. La razón es que, pese a que la complejidad ha aumentado porque ahora los cambios en las aplicaciones se producen muchísimo más rápido que hace solo algunos años, las organizaciones no disponen de conocimientos especializados en materia de rendimiento de aplicaciones cuando lo necesitan.

La solución pasa por democratizar las herramientas de gestión del rendimiento de las aplicaciones, los conocimientos especializados y la información de la empresa para poner la capacidad de ofrecer experiencias de alto rendimiento al alcance de los propietarios de las aplicaciones, de los equipos de soporte o de los departamentos de desarrollo y prueba, entre otros.

Ecosistema de la gestión del rendimiento de las aplicaciones



Los directores de TI de primera línea se encuentran bajo presión para impulsar la empresa y la experiencia del cliente, algo para lo que no están preparadas muchas organizaciones de TI.

¿Qué queremos decir al afirmar que el software está reescribiendo el mundo empresarial? Que la calidad de la experiencia del cliente se define cada vez más en función de la calidad de la experiencia digital que se le presta. En consecuencia, la mayoría de las empresas (ya sean compañías de servicios, fabricantes, minoristas o restaurantes) son básicamente empresas de software.

Esta realidad sitúa al director de TI en primera línea en la interacción con el cliente. Por ello, tanto este profesional como los equipos de TI necesitan las herramientas adecuadas para ofrecer experiencias óptimas al cliente, es decir, aquellas que favorecerán una alta satisfacción del cliente, aumentarán las ventas y afianzarán la fidelidad a largo plazo. Se trata de responder más rápidamente ante la aparición de problemas con las aplicaciones, de obtener mejores datos sobre qué impulsa la calidad de las aplicaciones y de poder mejorar continuamente la experiencia con las aplicaciones desde el punto de vista del cliente.

La gestión del rendimiento de las aplicaciones es también más compleja que nunca. Hoy, la informática móvil y en la nube y las aplicaciones compuestas creadas a través de interfaces de programación de aplicaciones (API) y de arquitecturas orientadas al servicio (SOA) han cambiado la forma en que se monitoriza y gestiona el rendimiento. Cuando se habla con las empresas sobre las tareas de gestión del rendimiento de las aplicaciones, resulta evidente que la mayor parte de ellas hacen lo posible por superar el reto, aunque la inmensa mayoría aún no lo han conseguido. Según una encuesta elaborada recientemente por IDG Research Services (a petición de CA), solo el 25 % de las empresas encuestadas afirman tener mucha confianza en su capacidad para satisfacer las expectativas del usuario, una situación nada envidiable en un mundo en el que las empresas funcionan a través del software.

Los resultados respaldan firmemente el argumento que hemos defendido anteriormente: que la tecnología avanza demasiado deprisa y que las metodologías de desarrollo de aplicaciones y los marcos de trabajo de gestión de TI evolucionan también con demasiada rapidez como para que estos equipos centralizados puedan seguirles el ritmo.

Uno de los mayores retos es que al departamento de TI y a la dirección les resulta muy difícil dar con la visión de la experiencia del cliente compuesta que necesitan para propiciar experiencias óptimas para el cliente. Por desgracia, son demasiados los casos en los que el equipo de TI afirma que todo va bien cuando la impresión que se tiene desde el punto de vista del cliente es a menudo muy distinta.

No es que el personal de TI esté transmitiendo una apreciación equivocada deliberadamente, eso no es así. Lo que sucede es que, muchas veces, no se fijan en los indicadores correctos, sino que se basan en las cargas de trabajo del sistema y en los tiempos de respuesta de los servidores y las bases de datos. Todo eso está muy bien porque siempre es útil conocer esta información, pero también resulta insuficiente hoy en día, lamentablemente. Las empresas no pueden esperar obtener una visión precisa de la satisfacción del cliente si se limitan a fijarse en cuestiones técnicas como estas.

Todo el personal de la empresa, y no solo los usuarios avanzados del departamento de TI, necesita información sobre la experiencia ofrecida a segmentos de clientela y usuarios concretos, así como a cada usuario de manera individual. Las experiencias digitales deben superar las expectativas del cliente, no solo cumplirlas. Además, y a diferencia de las aproximaciones habituales sobre la gestión del rendimiento de las aplicaciones, su cuantificación comienza por la experiencia del cliente y desde ahí se extiende a la aplicación y a la infraestructura de apoyo.

En lo que respecta a la experiencia de usuario, los directores de TI y sus equipos deben ser capaces de valerse de la gestión del rendimiento de las aplicaciones para lograr una ventaja sobre la competencia que impulse los ingresos brutos a través de los datos obtenidos con análisis de aplicaciones de usuario adecuados, que se basan en la visualización precisa de la experiencia del cliente.

Sección 2:

La necesidad de democratizar la gestión del rendimiento de las aplicaciones

¿Por qué es tan importante centrarse primero en la experiencia del usuario? Pese a que es cierto que la experiencia del usuario es fruto de la combinación de las aplicaciones, los servicios y las infraestructuras empresariales subyacentes, lo que no se puede hacer es cuantificar cada uno de estos elementos por separado y esperar obtener una visión precisa de la experiencia de usuario final. Como suele decirse, el todo es más que la suma de sus partes.

Por ejemplo, es bastante posible que el mainframe, la base de datos, la red y los servidores web indiquen que están al 100 % y que, sin embargo, el rendimiento de las solicitudes concretas de los usuarios deje bastante que desear. Esta situación puede deberse a que exista un servicio en el servidor que haya dejado de responder o a que una consulta de base de datos concreta, o cualquier otro componente, no funcionen bien.

La única forma de identificar estos problemas es examinar el rendimiento de los servicios de negocio, lo que a su vez constituye la única manera de llegar a comprender totalmente cómo afecta a la empresa que el rendimiento del software y del sistema sea bajo.

Cuando una empresa implanta funciones de gestión del rendimiento de las aplicaciones adecuadas, es capaz de determinar qué usuarios han interactuado con un sitio o una aplicación de manera óptima y qué otros han tenido una experiencia negativa. Con estos datos de evaluación en la mano, los responsables de TI pueden ahondar en los detalles técnicos y llegar a comprender con precisión por qué unos usuarios han tenido una experiencia óptima y qué ha motivado que, para otros, esta fuera todo lo contrario.

Desafortunadamente, la mayoría de las empresas aún no han establecido estas funciones, sino que responden a las situaciones en que las aplicaciones dejan de funcionar o en que el rendimiento de las transacciones es bajo cuando tales problemas ya han afectado negativamente a los usuarios. Por si fuera poco, cuando se consigue solucionar un problema surge otro de la misma manera, y así sucesivamente. Resulta imposible identificar los indicadores iniciales de esos tipos de errores y solucionarlos antes de que lleguen a ocasionar molestias para el usuario.

En la nueva economía de las aplicaciones, los datos sobre la gestión del rendimiento de las aplicaciones y la información relativa a la experiencia del cliente que ofrecen ya no es solo cosa de los usuarios avanzados del departamento de TI. De hecho, los directivos empresariales deben tener acceso a esta información para conocer cuál es el rendimiento de los servicios de negocio importantes y qué aspectos de la experiencia pueden mejorarse en caso necesario. Cuando el funcionamiento de todas las empresas depende del software, también es preciso que los gerentes empresariales y los propietarios de las aplicaciones establezcan una colaboración más estrecha con los desarrolladores para determinar qué calidad es deseable para las transacciones.

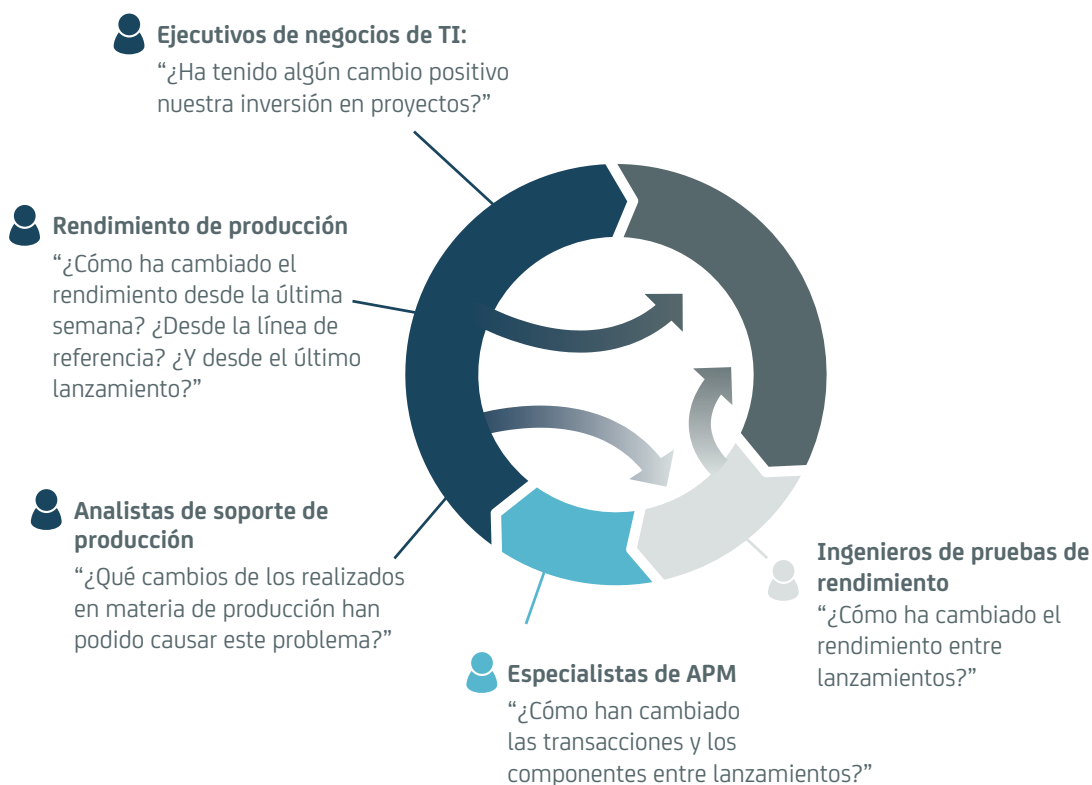
Por fortuna, en la relación con nuestros clientes hemos determinado qué permite a los directores de TI hacerse cargo de la satisfacción del cliente, cuantificarla y perfeccionarla en la economía de las aplicaciones actual:

Las organizaciones exitosas realizan un control continuo.

Hoy son más las organizaciones que han adoptado métodos DevOps y de desarrollo y control continuos, y lo han hecho por una buena razón: que aumentan la agilidad empresarial y permiten a las empresas ser más competitivas. La gestión del rendimiento de las aplicaciones está cobrando aún más importancia a medida que las empresas siguen adoptando métodos de desarrollo y marcos de trabajo organizativos más ágiles, como DevOps.

Pese a que la realización de pruebas de aplicaciones en el departamento de TI para detectar posibles defectos y problemas de seguridad y evaluar la calidad del rendimiento al término del ciclo de desarrollo en cascada pueda haber funcionado (hasta cierto punto) en los tiempos en que las aplicaciones apenas evolucionaban, hoy hasta las de nivel 1 lo hacen más deprisa de lo que lo hacían hace solo algunos años. Además, constantemente se actualizan nuevas aplicaciones con mejoras iterativas. Por ello, a medida que los equipos de desarrollo (Dev) y de operaciones (Ops) vayan evolucionando hacia estas estructuras más ágiles, es preciso que las tareas de control y rendimiento mantengan el ritmo.

Seis formas en que los diferentes cargos del ciclo de desarrollo de software deben entender el cambio



Una de las principales inquietudes a la hora de dar el paso al enfoque DevOps es, además de la mejora e implementación continuas, que las empresas que aún necesitan madurar su enfoque respecto a la gestión del rendimiento de las aplicaciones deben lograr incrementar la frecuencia en que se actualizan las aplicaciones. Lamentablemente, muchas de ellas no lograrán mejorar el rendimiento de la aplicación, con el consiguiente aumento de la frecuencia de aparición de incidencias por bajo rendimiento y una rápida disminución de la facilidad de uso. En estos casos, la mayor automatización termina actuando como un factor multiplicador de resultados de bajo rendimiento, lo cual no es nada bueno.

Para no fracasar en este aspecto, es importante que la empresa establezca cuáles son los indicadores clave de rendimiento (KPI, por sus siglas en inglés), que se basan en la experiencia y se aplican a través de pruebas automatizadas y de un control continuo del rendimiento. Por lo general, si no se cuenta con esa información de los gestores empresariales, la organización de TI da palos de ciego. Aunque tiene mucha información, realmente carece de los criterios de calidad necesarios para ayudar a determinar el contexto de usuario final de esa información. La solución a este reto es contar con los indicadores clave de rendimiento basados en la experiencia adecuados.

Los mejores directores de TI van más allá de los requisitos funcionales.

Aunque la experiencia de usuario pueda ser un “requisito no funcional”, no por ello es menos importante. A diferencia de los requisitos funcionales, que se someten a pruebas para garantizar que todas las funciones con las que debe contar la aplicación estén presentes, esto raramente ocurre con el rendimiento y la experiencia de usuario. Sin embargo, sí es necesario.

Si una empresa debe competir, gestionar su cartera de aplicaciones de manera rentable y asegurarse de que sus empleados sean lo más productivos posible, es preciso que la mentalidad en torno al rendimiento y a la experiencia de usuario comiencen en el diseño.

De hecho, si el cálculo de estos atributos se realiza durante la fase de diseño de la aplicación, el rendimiento se ve mejorado y, si posteriormente surgen problemas en la fase de prueba, es fácil resolverlos en ese momento.

Las empresas con visión de futuro buscan indicadores clave de rendimiento centrados en el usuario.

Como acabamos de mencionar, es fundamental elegir indicadores clave de rendimiento que resulten relevantes para el usuario, así como el contexto de lo que el usuario trata de conseguir. Los equipos de TI tienden a monitorizar aspectos que creen que van a ser importantes, y no siempre atienden a lo que realmente importa a la empresa. El truco está en identificar los componentes que ejercen un mayor impacto sobre el usuario: así, la calidad de la experiencia de usuario mejorará.

Normalmente, esto implica dejar de utilizar indicadores clave de rendimiento sobre la actividad informática y del sistema para centrarse en la propia actividad del usuario y la empresa, así como establecer prioridades a partir de ahí.

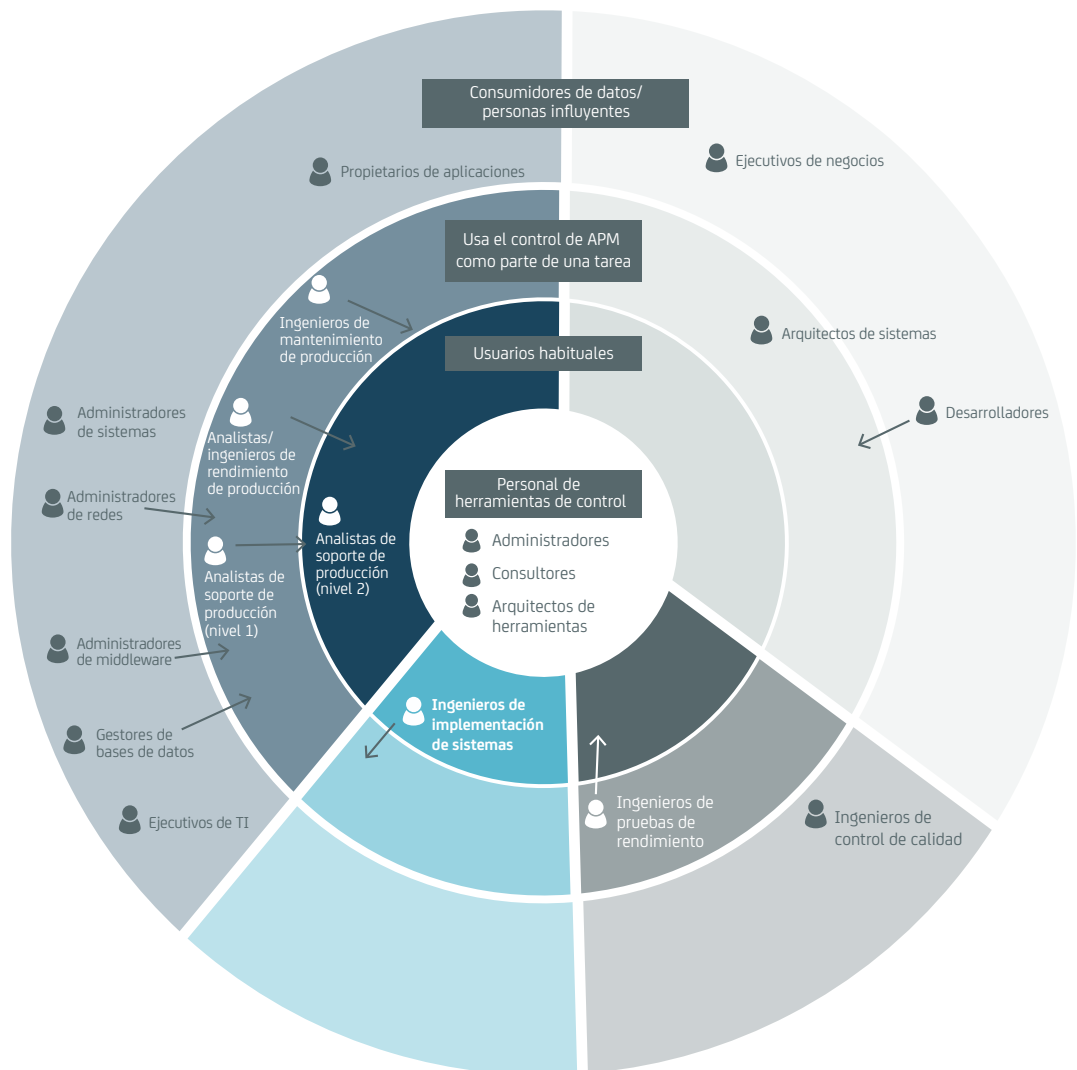
Pongamos un ejemplo sencillo, como el de una tienda en línea. Muchas de las estadísticas estarán relacionadas con las compras. “¿Cuánto se tarda en actualizar el carro de la compra?” y “¿cuánto tiempo dura el procesamiento cuando cliente le da al botón de compra?”: todo esto forma parte de un flujo de trabajo muy específico del dominio y es lo que realmente resulta importante para sus usuarios y clientes.

Una empresa de paquetería internacional aprendió esta lección sin ningún esfuerzo. En lugar de fijarse en las cargas de trabajo del sistema y en otros indicadores de TI, se dio cuenta de que lo que realmente hacía falta era fijarse en la generación de etiquetas de envío. Al examinar la velocidad de generación de nuevos números de seguimiento, constató que había logrado aumentar las demandas de rendimiento minuto a minuto en su sitio a lo largo del día.

Si disminuía repentinamente el volumen de impresión de etiquetas de envío, buscaba otros indicadores para hacerse una idea de qué parte del proceso podría haber fallado, tras lo cual restablecía ese servicio rápidamente. Y a la inversa: si el volumen de impresión de etiquetas se aceleraba súbitamente, podía adoptar medidas para aumentar la capacidad.

Democratizar el acceso a los indicadores clave de rendimiento relevantes.

Resulta fundamental incluir el punto de vista de la empresa y el de los departamentos de operaciones y desarrolladores en los indicadores clave de rendimiento, pues los tres necesitan acceder a datos esenciales sobre el rendimiento de las aplicaciones y la experiencia del cliente. Esto es así porque el departamento de TI realmente no está en situación de comprender todos los aspectos de una aplicación y su contexto específico respecto al usuario. Esa es precisamente la razón por la que el departamento de TI suele replegarse a aspectos que, como la CPU, el consumo de memoria, el espacio en disco y el número de amenazas, nada tienen que ver con el punto de vista del usuario respecto a la aplicación. Al democratizar el acceso a los datos de rendimiento, el departamento de TI no solo puede ver la información, sino que esta también se encuentra al alcance de los desarrolladores y empresarios, ambos fundamentales para favorecer la experiencia del cliente y el crecimiento empresarial.

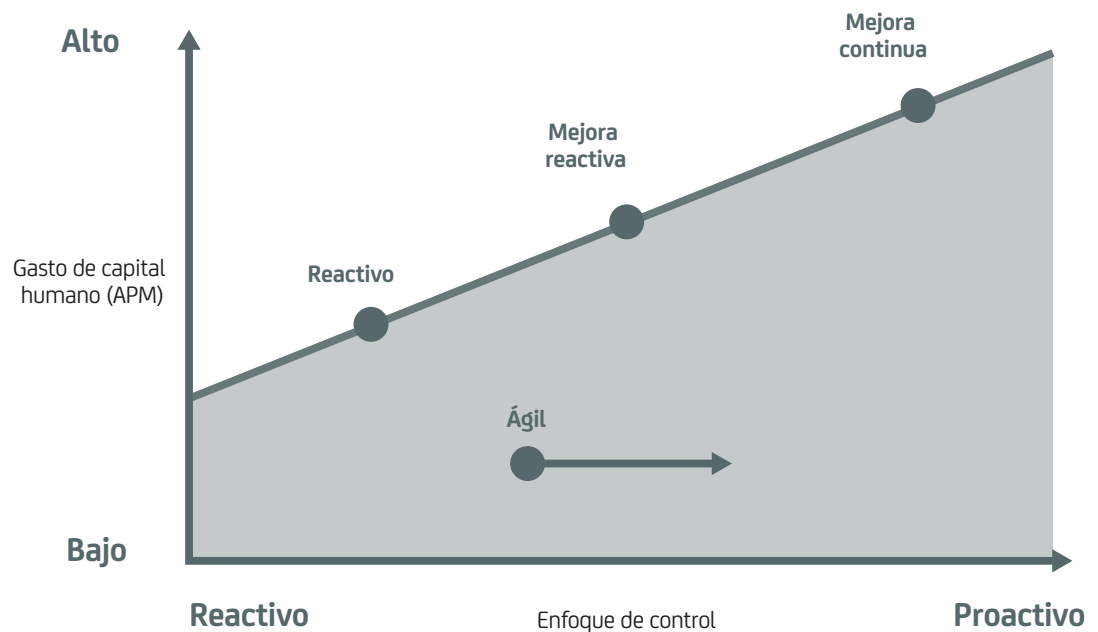


La experiencia del cliente en sí se mide directamente en términos de transacciones empresariales, lo cual ayuda a la empresa a priorizar aquellas áreas en las que desea centrarse, además de los aspectos de la aplicación que experimentan los peores problemas de rendimiento y que conllevan un mayor impacto potencial. Los mejores directores de TI consiguen favorecer el éxito de la empresa en la economía de las aplicaciones controlando, cuantificando y mejorando continuamente la experiencia que ofrece la aplicación.

Sección 3:

La cara del éxito

Cuatro tipos de organización en el modelo de madurez centrado en el usuario



En pocas palabras, podría decirse que el éxito adopta la forma de una gestión proactiva de los problemas de rendimiento de las aplicaciones, en lugar de reaccionar constantemente a ellos, con lo que es posible ofrecer una experiencia de usuario óptima en todo momento. En estas empresas, se confía en la monitorización del rendimiento de las aplicaciones para lograr una mejora continua de dicho rendimiento. Además, esta labor es una responsabilidad compartida entre el departamento de operaciones, el de desarrolladores, el de control de calidad y los propietarios de las aplicaciones.

En nuestras relaciones con miles de empresas, hemos constatado que existen diversos atributos, que exponemos a continuación, comunes a las empresas que ya no tienen que reaccionar constantemente a los problemas de rendimiento de las aplicaciones porque han aprendido a mejorar continuamente la experiencia de sus usuarios.

Esta es exactamente la cara del éxito:

1. Se ha adoptado la gobernanza para establecer una cultura basada en el rendimiento.

A diferencia de lo que muchos dan por sentado, las aplicaciones y los servicios de negocio circulan por un ciclo continuo. A menudo, la idea de desarrollar una aplicación surge en la empresa, que la traslada a los desarrolladores para su puesta a prueba e implementación en la producción, donde los equipos de operaciones toman el relevo. Tradicionalmente, las pruebas de rendimiento se realizan (si es que llegan siquiera a considerarse) al final de la fase de prueba de las aplicaciones. Con mucha frecuencia, la información de rendimiento no está disponible hasta que no se implementa la aplicación y pasa a estar funcional.

Lo que se necesita es poder desarrollar aplicaciones y servicios de software pensando desde el principio en las estadísticas de rendimiento e implantar después el marco de trabajo para aplicar esos objetivos en todo el ciclo.

Así, las organizaciones pueden diseñar aplicaciones teniendo en cuenta el rendimiento ya desde el principio, gracias a lo cual estas líneas de referencia resultan más fáciles de gestionar cuando las aplicaciones y los servicios se encuentran en la fase de producción. Cuando se añaden nuevas funciones al servicio de software, los problemas de rendimiento se identifican durante las evaluaciones continuas del rendimiento, antes de que la aplicación pueda llegar a ojos del usuario.

Las empresas que establecen sus propias líneas de referencia de rendimiento y que democratizan sus datos de rendimiento tienen las de ganar. Saben bien que la gestión de la calidad del rendimiento y de la experiencia de usuario corresponde tanto a los directivos de la empresa como a los directores de TI, a los equipos de desarrollo, a los de control de calidad y pruebas y a las unidades operativas. Así, los resultados de rendimiento no son una rémora a ojos de los empleados, partners y clientes. De hecho, este tipo de experiencias generan una mayor productividad y un incremento de los ingresos brutos.

2. Desarrollar una cultura basada en la mejora continua del rendimiento.

Cuando la empresa adopta un control continuo que contempla la experiencia de usuario como un requisito de aplicaciones fundamental, se amolda a los indicadores clave de rendimiento centrados en el usuario y pone esos datos a disposición de todos los interesados, está en posición de desarrollar una cultura basada en la mejora continua del rendimiento. Las organizaciones que cuentan con buenos cimientos son capaces de mejorar constantemente los resultados de rendimiento, incluso cuando no existen problemas que puedan estar a la vista del usuario final.

Una vez definidos los indicadores clave de rendimiento, resulta posible establecer mecanismos de responsabilidad interna con vistas a obtener una mejora continua. A quienes asumen responsabilidades en el ámbito del diseño, el desarrollo y las operaciones de las aplicaciones se les evalúa en función del grado en que han mejorado los servicios mensual y semanalmente, así como por documentar y difundir y democratizar ampliamente información que les ayudará a perfeccionar la experiencia de usuario.

Historia de éxito: Una aseguradora recaba datos de gestión del rendimiento de las aplicaciones y logra minimizar el tiempo de inactividad

Para esta aseguradora nacional especializada en seguros de responsabilidad civil, el coste de presentar aplicaciones de bajo rendimiento no pertenecía al terreno de lo teórico, pues andaba siempre a la carrera por resolver problemas de rendimiento acuciantes y esto le estaba costando clientes. Era preciso atajar la situación cuanto antes.

Por ello, en un ejercicio de introspección, sometió al departamento de TI a un análisis profundo para determinar por qué estaba experimentando tales problemas de rendimiento con las aplicaciones y sacar a la luz las causas de tipo organizativo y tecnológico.

La respuesta no solo resultó ser la necesidad de mejorar el control, sino también de descentralizar los datos de rendimiento de gestión de las aplicaciones y desarrollar una cultura basada en la responsabilidad en torno a la mejora del rendimiento de las aplicaciones.

Una parte fundamental de estos esfuerzos consiste en disponer los recursos y la tecnología necesarios para distribuir lo mejor posible la información sobre el rendimiento de las aplicaciones por toda la empresa, desde los propietarios de las aplicaciones hasta los equipos de desarrolladores y de operaciones. Gracias a ello, la organización pudo pasar de estar continuamente “apagando focos problemáticos” a una postura basada en la mejora continua del entorno de producción. Así, logró aumentar la cantidad de transacciones que podía abordar reduciendo al mismo tiempo los recursos necesarios para ello.

3. Las organizaciones de éxito planifican y presupuestan con vistas a la mejora del rendimiento.

Como vemos, conceder a las personas adecuadas acceso a la información que les corresponde es fundamental para seguir desarrollando y poniendo en práctica el planteamiento de alto rendimiento que se ha marcado la organización. Igual de importante, o quizá más, que contar con herramientas y cuadros de mandos sofisticados es invertir bien. Para ello, es preciso hacerlo en el establecimiento de procesos uniformes en lo referente a la gestión de las expectativas de rendimiento, formar a los usuarios, definir líneas de referencia de rendimiento de aplicaciones adecuadas (desde el punto de vista del usuario), difundir los datos de rendimiento a todos los interesados y, finalmente, someter a prueba dichos umbrales y mejorar allí donde sea necesario.

4. Las organizaciones de éxito estandarizan los indicadores clave de rendimiento que les interesan.

Es preciso incorporar indicadores clave de rendimiento de servicios de aplicaciones y de software en todo el ciclo de las aplicaciones. A medida que los servicios de aplicaciones y los de tipo empresarial crecen, se transforman y se adaptan, esta automatización y esta gestión inteligente de los indicadores clave de rendimiento resultan fundamentales para el éxito.

Ahora bien, es fundamental que dichos indicadores clave de rendimiento se centren en lo importante, es decir, en la experiencia de usuario y en resultados empresariales de calidad. Cuando los indicadores clave de rendimiento únicamente se basan en la disponibilidad del sistema y en el rendimiento de los componentes, es poco probable que resulten relevantes a largo plazo para ese objetivo. Así, para lograr mejoras a largo plazo que sean perdurables, hace falta que dichas estadísticas se centren más en las estadísticas empresariales que ofrecen los sistemas y aplicaciones.

Historia de éxito: La democratización de los datos de gestión del rendimiento de las aplicaciones impulsa el rendimiento

Veamos el caso de una empresa global de medios de comunicación y entretenimiento que necesita garantías para ofrecer la mejor experiencia posible a los compradores que visitan su web y sus sitios para dispositivos móviles. Cuanto mejor funcionen sus aplicaciones y sitios, más tiempo los utilizarán los usuarios y más comprarán.

Para asegurarse de que sus clientes disfrutaran de la mejor experiencia posible, la empresa hizo público el acceso a sus datos de gestión del rendimiento de las aplicaciones para que, en lugar de que solo un puñado de expertos internos pudieran acceder a la información de rendimiento importante, esta se divulgara para que los propietarios de las aplicaciones, equipos de operaciones, desarrolladores y otros interesados pudieran conocer los problemas de rendimiento y responder a ellos inmediatamente.

Para llevar aún más allá estos esfuerzos de gestión del rendimiento de las aplicaciones, esta conocida empresa creó cuadros de mandos de rendimiento de aplicaciones para que sus equipos pudieran ver el impacto inmediato que los cambios realizados en las aplicaciones ejercían sobre el rendimiento. La clave del éxito fue facilitar toda la información relevante sobre el rendimiento de las aplicaciones a los departamentos de operaciones y de desarrollo y a los propietarios de las aplicaciones en un formato adecuado para las necesidades específicas de sus respectivos puestos.

5. Las organizaciones de éxito se centran en el sólido ROI que ofrecen las aplicaciones de control de calidad y de alto rendimiento.

¿Qué ocurre cuando un usuario final tiene una mala experiencia, ya sea en Internet o en su móvil o tableta? Por lo general, nada bueno. El cliente no tiene paciencia y puede llegar a ser muy contundente. Quizás llegue a conocer de primera mano el malestar que han suscitado las recientes interrupciones de los servicios de redes sociales en los usuarios de WhatsApp, Adobe® Creative Cloud o Facebook, entre otras. La reacción de otros usuarios y clientes es el silencio: no se quejan, sino que simplemente se marchan a otra parte. Algo muy parecido sucede con los clientes actuales: tras vivir una o dos malas experiencias, se marchan a alguna empresa de la competencia sin que lleguemos a saber por qué. Sencillamente se van.

Un artículo del New York Times indica que los investigadores de Microsoft® han averiguado que los usuarios tienden a evitar un sitio web solo por el hecho de ser doscientos cincuenta milisegundos más lento que el de uno de sus principales competidores. “Doscientos cincuenta milisegundos arriba o abajo es ahora prácticamente el número mágico que se baraja para lograr una ventaja competitiva en Internet”, afirma Harry Shum, que trabaja como informático y especialista en velocidad en Microsoft³.

6. Las organizaciones de éxito adoptan la automatización y una gestión inteligente de los indicadores clave de rendimiento.

Al identificar automáticamente los problemas mediante los indicadores clave de rendimiento adecuados, los equipos de operaciones pueden determinar rápidamente su origen y restablecer el rendimiento igual de rápido en unos umbrales aceptables. Gracias a una gestión del rendimiento de las aplicaciones automatizada y a una gestión inteligente de los indicadores clave de rendimiento, las empresas son capaces de implantar mecanismos perdurables. Así, pueden implementar ciclos de intercambio de impresiones entre los ejecutivos de control, operaciones, desarrollo, control de calidad y dirección empresarial. Tras dejar el terreno preparado, será posible atajar rápidamente los problemas de rendimiento con soluciones diseñadas a medida para los problemas concretos en cuestión.

Sección 4:

Conclusión

En la economía de las aplicaciones actual, las empresas han de centrarse en la experiencia que ofrecen sus aplicaciones a los usuarios y clientes en entornos físicos, virtuales y en la nube. Puesto que la relación con el cliente prácticamente siempre se desarrolla a través de sus interacciones con aplicaciones accesibles por Internet o desde dispositivos móviles, el director de TI debe ser capaz de hacerse cargo de la experiencia que ofrecen las aplicaciones, además de tomar las medidas necesarias para obtener la información de rendimiento clave precisa y de compartir además (o democratizar) esos datos con directivos empresariales, directores de TI, equipos de desarrollo, equipos de control de calidad y de prueba y unidades operativas para solucionar los problemas rápidamente. Estos directores de TI saben bien que, para lograr un buen rendimiento, todos estos equipos deben ser conscientes de qué necesitan saber para actuar.

Precisamente por esto cada vez son más las empresas que investigan a fondo en el ámbito de los sistemas de gestión del rendimiento de aplicaciones modernos, que son capaces de hacer frente a las aplicaciones de hoy, caracterizadas por su alta distribución y por utilizarse en dispositivos móviles. Al contar con estas herramientas, las empresas pueden determinar rápidamente qué clientes han disfrutado de una experiencia ideal y cuáles no. Además, disponer de información a través de una gestión del rendimiento de las aplicaciones adecuada permite a los responsables de TI ahondar en los detalles técnicos para conocer con precisión por qué ha fallado la experiencia en algunos casos. Gracias a ello, el director de TI puede ofrecer experiencias que generan una alta satisfacción del cliente, aumentan las ventas y consolidan la fidelidad a largo plazo.



Comuníquese con CA Technologies en ca.com/es



La ventaja de CA Technologies

CA Technologies (NASDAQ: CA) proporciona soluciones de gestión de TI que ayudan a los clientes a gestionar y proteger entornos de TI complejos para dar soporte a servicios de negocio ágiles. Las organizaciones utilizan el software y las soluciones de SaaS de CA Technologies para acelerar la innovación, transformar infraestructuras y proteger datos e identidades desde el centro de datos hasta la nube. En CA Technologies estamos comprometidos a asegurarnos de que nuestros clientes logren los resultados y el valor de negocio que esperan mediante el uso de nuestra tecnología. Para obtener más información sobre nuestros programas de éxito de clientes, visite ca.com/es/customer-success. Para obtener más información sobre CA Technologies, vaya a ca.com/es.

1 Gartner; "CEO Resolutions for 2014—Time to Act on Digital Business", Mark Raskino, 5 de marzo de 2014

2 Gartner "Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update", Matthew Cheung et al, 17 de junio de 2014

3 The New York Times, "For Impatient Web Users, an Eye Blink Is Just Too Long to Wait," Steve Lohr, 29 de febrero de 2012