

## CIAM frente a IAM:

Por qué los sistemas IAM tradicionales  
no son aptos para los clientes



## Análisis de las diferencias entre CIAM e IAM

La identidad digital es la piedra angular de la transformación digital de cualquier empresa. El valor de los datos de los perfiles de los clientes, asociado a sus identidades de cliente, ha crecido de forma radical hasta convertirse en un factor clave de éxito para un gran número de empresas. Así, constituye la base para analizar, comprender y predecir el comportamiento de los clientes y su trayectoria: desde el momento en que el cliente entra en contacto con la marca hasta que se convierte en un comprador leal a largo plazo, pasando por las decisiones de compra.

Al contrario de lo que comúnmente se cree, la tecnología necesaria para la gestión de acceso e identidades de cliente (CIAM) no es intercambiable con la de gestión de acceso e identidades (IAM). Las soluciones IAM tradicionales, también conocidas como IAM para empresa, empleados o plantilla, son sistemas de TI que garantizan que los únicos con capacidad para acceder a la red corporativa y sus recursos sean los trabajadores, así como los partners empresariales de confianza.

La IAM tradicional está bien asentada, lo que, en algunas empresas, lleva a pensar lo siguiente: "Si ya empleamos esta tecnología a nivel interno, no puede ser muy complicado usarla también para nuestros clientes". El germen de este enfoque es el menosprecio de las diferencias entre la IAM de plantilla y la que se ofrece a los clientes. Cabe añadir lo complejo que resulta para las empresas gestionar identidades de clientes en las propiedades digitales orientadas al público. Los requisitos de las soluciones CIAM no solo son más variados que los de IAM de plantilla; suponen todo un desafío. En consecuencia, reutilizar estas últimas puede desencadenar muchos problemas.

*Las IAM tradicionales no proporcionan información sobre la identidad de los usuarios, sus acciones, ni lo que influye en su comportamiento digital.*

## Reutilizar sistemas IAM tradicionales para CIAM no es la solución

La IAM tradicional está diseñada para facilitar el acceso de los empleados a sistemas internos.

Por tanto, no puede proporcionar información sobre la identidad de un usuario y, de hecho, esta se presupone. Por si fuera poco, es imposible rastrear datos avanzados, tales como las acciones realizadas por el usuario o lo que influye en su proceso de compra o en su comportamiento en el ámbito digital. Las empresas, sin embargo, precisan este tipo de información para comprender a sus clientes y competir en el mercado digital.

Y no solo eso: aunque en un amplio porcentaje de las empresas más grandes los sistemas IAM tradicionales se encargan de gestionar hasta decenas de miles de identidades de trabajadores, las marcas de alto volumen deben gestionar decenas, o incluso cientos, de millones de cuentas de clientes de forma simultánea. Para los consumidores actuales, la fricción debe ser inexistente y, si se quiere satisfacer esta carga de trabajo con una latencia mínima o casi imperceptible, es imperativo que las soluciones de identidad sean escalables, tanto horizontal como verticalmente.

Según un estudio reciente de Akamai, la tasa de rebote de los usuarios que visitan una página web aumenta en un 103 % si la carga se demora dos segundos. Por su parte, el 53 % de los usuarios móviles abandonan una página si tarda más de tres segundos en cargarse.<sup>1</sup> Es decir, si se produce un error en el sistema de gestión de identidades (o si se ralentiza porque es incapaz de hacer frente a la carga), repercutirá negativamente en la tasa de conversión y los ingresos. Paradójicamente, los picos de carga y un mayor tráfico de clientes son los resultados de una campaña de éxito, lo que significa que los sistemas lentos de gestión de identidades lastran las iniciativas en las que las empresas vuelcan todo su empeño.

Las plataformas que, como Akamai Identity Cloud, han sido concebidas expresamente como plataformas CIAM, permiten que las empresas saquen el máximo partido de los datos de perfil de cliente y proporcionan una experiencia sencilla y fluida al usuario, con lo que tareas como el inicio de sesión, la autenticación o la gestión de preferencias no obstaculizan la actividad. Además, las tecnologías CIAM no solo reconocen la imperiosa necesidad de proteger los datos personales en redes públicas, sino que, gracias a ellas, las empresas pueden cumplir las siempre cambiantes normativas en materia de privacidad.

En la siguiente tabla, se destacan las diferencias principales entre las soluciones IAM tradicionales y las soluciones CIAM, así como sus aplicaciones.

**CIAM frente a IAM:** Por qué los sistemas IAM tradicionales no son aptos para los clientes

*Los sistemas lentos de gestión de identidades lastran las iniciativas en las que las empresas vuelcan todo su empeño.*

IAM TRADICIONAL 	IAM DE CLIENTE 
Gestión de la <b>identidad de los trabajadores</b> en una empresa.	Gestión de la <b>identidad de los clientes</b> en sitios (web, móviles o de IoT) multicanal orientados al cliente.
Los usuarios <b>están registrados por la empresa</b> , y son los departamentos de RR. HH. o de TI los encargados de completar los datos clave del perfil.	Los usuarios <b>se registran personalmente</b> y generan sus propios datos específicos.
Autenticación mediante <b>servicios de directorio</b> internos.	Autenticación mediante <b>servicios públicos</b> , como OpenID y redes sociales, además de servicios de directorio y de verificación de credenciales externos.
Usuarios conocidos y cautivos: empleados, contratistas, partners. <b>Se presupone la identidad.</b>	Los usuarios son <b>desconocidos</b> (hasta que se registran) y pueden crear varias cuentas, algunas falsas. <b>No se puede presuponer la identidad.</b>
Los trabajadores <b>toleran mejor</b> la latencia y un rendimiento lento porque, a menudo, <b>no les queda otro remedio.</b>	Los clientes actuales y los potenciales demuestran <b>poca tolerancia</b> al rendimiento lento y cuentan con <b>muchas alternativas atractivas.</b>
Escalable desde <b>las decenas hasta los cientos de miles de usuarios</b> , identidad por identidad.	Escalable hasta <b>los cientos de millones de usuarios</b> y con capacidad para gestionar miles de millones de identidades de cliente.
El proveedor de identidad (IdP) tradicional suele ser un <b>sistema de TI central interno.</b>	<b>Muchos proveedores de identidad descentralizados:</b> inicio de sesión en redes sociales a través de Facebook, Google, LinkedIn, etc., e inicios de sesión tradicionales.
Muchos sistemas de TI heterogéneos, en una <b>red cerrada corporativa.</b>	Muchos sistemas de TI heterogéneos, en <b>redes públicas (Internet).</b>
Los datos del perfil del empleado se recopilan <b>con fines administrativos y operativos.</b>	Los datos del perfil del cliente se recopilan <b>con fines de negocio cruciales</b> (transacciones, marketing, personalización, análisis, inteligencia empresarial).
Integración con <b>sistemas ERP y de RR. HH.</b>	Integración con un <b>amplio panorama</b> de tecnologías de <b>automatización de marketing y ventas, sistemas de análisis</b> y soluciones de <b>seguridad y cumplimiento de normativas.</b>
La gestión de datos personales y de las preferencias, el consentimiento y la privacidad del cliente ocurre dentro de un <b>entorno corporativo homogéneo y altamente controlado.</b>	La gestión de datos personales está sujeta a una <b>amplia variedad de normativas de protección de datos y de la privacidad</b> , que exigen que los usuarios puedan ver, modificar o revocar la configuración del consentimiento y sus preferencias.



Consulte "[Build vs. Buy? A Guide for Customer Identity and Access Management](#)" (Desarrollar o comprar: Guía de la gestión de acceso e identidades de cliente) para obtener más información acerca de las soluciones CIAM, o visite [akamai.com/identitycloud](https://akamai.com/identitycloud) para descubrir cómo la solución CIAM de Akamai permite a las empresas ofrecer una experiencia digital de confianza a los usuarios finales.

**FUENTE**

1) <https://www.akamai.com/es/es/about/news/press/2017-press/akamai-releases-spring-2017-state-of-online-retail-performance-report.jsp>



Akamai, la plataforma de distribución en la nube más grande y respetada del mundo, ayuda a sus clientes a ofrecer las mejores y más seguras experiencias digitales, independientemente del dispositivo, en cualquier momento y en cualquier lugar. La plataforma ampliamente distribuida de Akamai ofrece una escala inigualable para garantizar a sus clientes el máximo rendimiento y protección frente a las amenazas. La cartera de soluciones de rendimiento web y móvil, seguridad en la nube, acceso empresarial y distribución de vídeo de Akamai está respaldada por un servicio de atención al cliente excepcional y una supervisión ininterrumpida durante todo el año. Para descubrir por qué las principales instituciones financieras, líderes de retail online, proveedores de contenidos multimedia y de entretenimiento, y organizaciones gubernamentales confían en Akamai, visite [www.akamai.com](https://www.akamai.com), [blogs.akamai.com](https://blogs.akamai.com) o siga a [@Akamai](https://twitter.com/Akamai) en Twitter. Publicado en abril de 2019.