

# Gestionando bots en el negocio

Hoy en día, **los bots o robots automatizados en internet, generan casi el 50 por ciento del tráfico total en los sitios web actuales.** Estos datos, dados a conocer por la compañía Akamai Technologies, oculta una realidad compleja: identificar el tráfico procedente de bots es una cosa, pero saber qué medidas tomar al respecto, es algo mucho más complicado.



Para Hugo Werner, vicepresidente regional de Akamai para América Latina, **el mercado de la gestión de bots está en constante evolución** e incluye muchos proveedores de diferentes tamaños, que tienen diversos conocimientos y competencias.

“No obstante, si en algo se parecen es en el marketing: todos dicen que tienen la solución a sus problemas. Debe ver más allá del marketing y centrarse en la capacidad real. Es decir, los resultados. **Debe aprender a evaluar las soluciones de gestión de bots** y comprender qué implican las diferencias.

“¿Cuál es la solución adecuada? Al igual que con cualquier otra herramienta, **una solución de gestión de bots adecuada es aquella que cumple su cometido y contribuye a cumplir los objetivos.** Así, se podrá satisfacer las necesidades de la empresa, además de controlar todo el contenido malicioso que quita el sueño”, comenta Werner.

Sin embargo, ¿cómo averiguar si la solución ofrecerá todas estas prestaciones sin apostar todo el presupuesto y uno o más años de su vida para comprobarlo.

“La gestión debe ser eficaz. Hay proveedores que afirman ser capaces de detectar 99.9 por ciento de los bots, lo cual le hará pensar que se les da muy bien el marketing. La verdad es que todas las soluciones pueden detectarlos. Lo que importa es, ¿cuántos se detectan? El problema es que cambian constantemente, así que es imposible calcular la eficacia. Lo que sí puede hacer es equiparse con **buenos conocimientos acerca del panorama de bots**, de las tecnologías de detección y de las diferencias entre ellas. Asegúrese de que la solución que está evaluando pueda detectar los más sofisticados con los que se pueda encontrar”, dice.

## **Cuidado del engaño**

Cuando una **solución de gestión de bots** le informa que ha bloqueado uno, ¿cómo sabe que era uno realmente? “Muchos proveedores se toman a la ligera los falsos positivos. Para algunos, mostrarle al cliente que **han bloqueado muchos bots** es más importante que asegurarse de que no sean usuarios legítimos. No obstante, lo que necesita es resolver el problema de los bots sin que ello afecte negativamente a su negocio.”

Según Werner, la mayoría de las soluciones de gestión de bots optan por un enfoque de protección ante el problema. “Dan por sentado que todos los bots son maliciosos (y que, por tanto, se deben

bloquear), excepto algunos específicos que se sabe que son inocuos (porque se incluyen en una lista blanca). Sin embargo, ¿qué ocurre con los bots “buenos” que aniquilan el rendimiento de los sitios Web? ¿Y con los servicios emergentes para el consumidor que permiten a los clientes comunicarse con usted de nuevas formas? El hecho es que **existe una amplia gama de bots cuyo impacto no encaja dentro de una lista blanca o negra**. Necesita disponer de flexibilidad para aplicar diferentes acciones según el tipo de bot y el impacto que tenga en el negocio y en la TI.”

Es preciso **gestionar los bots para controlar los efectos sobre el negocio**, pero esta gestión no siempre es fácil. En ocasiones, necesitará la ayuda de expertos que conozcan los problemas que sufre. Cualquiera puede analizar una solicitud HTTP y crear una firma para bloquear el tráfico, pero así no se soluciona el problema.

“Lo que necesita es alguien que pueda establecer una **correlación entre sus problemas y el tipo de bots**, y diseñar e implementar una estrategia capaz de resolverlos”, agregó el vicepresidente regional de Akamai para América Latina.