

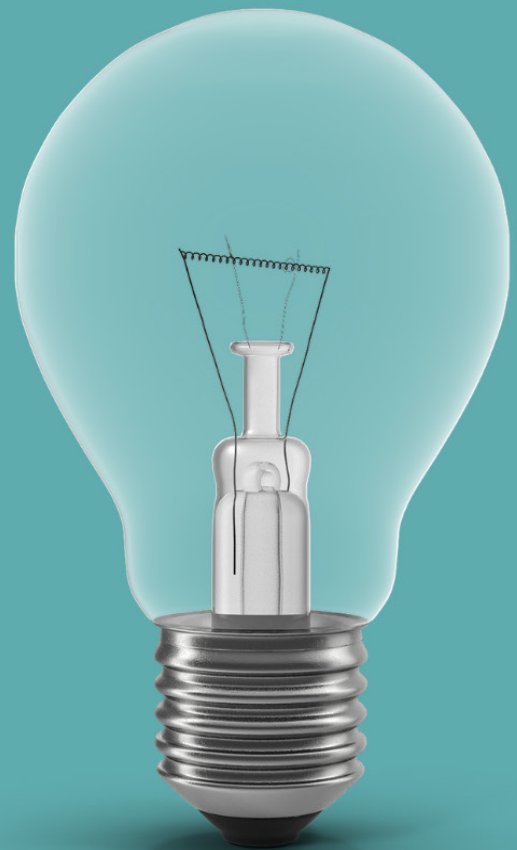
**PAPERS**



*tecnológicagente*

# VISIÓN DIGITAL

**Actuar vs. reaccionar**



¿Qué es lo que ha permitido a algunas empresas sobrellevar mejor estos tiempos de cuarentena?

¿Cuál es la verdadera diferencia entre las empresas que han podido seguir operando versus las que no, aún en circunstancias distintas y ante un mercado contraído?

Sin duda, ante diversas respuestas que ciertamente se han experimentado, hay un elemento común asociado con el enfoque de una estrategia empresarial en la que, la visión digital como epicentro del negocio le ha permitido continuar.

¿Y qué supone tal visión, cómo es posible en medio de una situación inédita e inesperada?

## Validar el rumbo

### Primera recomendación

Aunque parezca obvio, no lo es tanto cuando de determinar la ruta que seguirá la empresa se trata, bajo unas condiciones totalmente distintas a las planteadas al inicio de año que, seguramente, arrojaron un plan de negocios basado en una serie de premisas económicas que ya no concuerdan con la realidad actual.

Así que lo primero y en lo que hay que enfocarse, a juicio de analistas y expertos de todo el mundo, que observan el comportamiento de los mercados y las empresas, es en entender las nuevas señales de un mercado que a estas alturas ha transitado por el impacto de la crisis y la recesión.

Estas dos etapas, claramente definidas por IDC en un estudio de interpretación de la actual realidad, desde una óptica denominada por ellos como Situación Económica, a partir de un centenar de entrevistas a tomadores de decisiones de empresas europeas, señala como urgente la necesidad de validar el rumbo, a partir de expectativas claras en cuanto a dimensiones y tamaño de mercado, competencia, nueva competencia y nuevas oportunidades.

## Visión Digital

### Segunda recomendación

Definitivamente, la asunción de la tecnología como verdadera palanca para responder ante un mercado en el que el distanciamiento social parece no tener fecha de vencimiento próxima, sino que por el contrario supone nuevas formas de interacción de los consumidores con los productos y servicios, bajo medidas especiales de bioseguridad, etc., es un must.

Aquella organización que se plantee seguir el juego, sin ver esto como un tropiezo del que hay que esperar a salir, debe aproximarse a que el uso eficiente de tecnología es lo único que podrá permitir:

- Garantizar continuidad del negocio, 24x7,
- Habilitar nuevos canales digitales de interacción,
- Habilitar el e-commerce,

- Consolidar los equipos de trabajo "remotos", off site,
- Mantener la conexión y comunicación con proveedores y aliados,
- Obtener inteligencia de todos los datos que genera la empresa para poder proyectar escenarios y, en consecuencia, ajustar la organización en su justa medida.

Estas son solo algunas de las ventajas que se pueden resaltar y que aporta un uso eficiente de la tecnología a las empresas. Es momento de evaluar con qué contamos y qué es lo que verdaderamente necesitamos para seguir adelante.

La función de TI dejó de ser exclusiva de los tecnólogos y se convierte en una ventaja competitiva del negocio, que debe ser asumida por la dirección estratégica. Hoy más que nunca.

## La Nube es el punto de llegada y de partida también

### Tercera recomendación

¿Cómo evaluar la infraestructura tecnológica y cómo tener lo que realmente se requiere, en un momento tan complejo para todos?

Esta interrogante, que seguramente se hacen a diario los líderes de organizaciones y que surge ante la inminente toma de decisiones sobre qué es mejor, si adquirir equipos, contratar servicios o no hacer nada, es tajantemente una aproximación errada de la realidad.

El actual contexto no admite demoras, no admite retrasos, no admite dilaciones.

El actual contexto supone un mercado cuya dimensión y posibilidades solo alcanzará para aquellos que con decisión respondan a consumidores que han acelerado su adopción de la vida en digital y que están dispuestos a experimentar una nueva generación de servicios por venir.

Y el punto está en que eso solo podrán hacerlo aquellos players que hagan un uso eficiente de la tecnología por lo que su consumo bajo modelos de servicio, lo que se conoce como aaS, es decir los recursos desde la Nube, consumidos bajo la flexibilidad que ésta ofrece, es la clave.

Lo recomendable es acelerar el curso y derribar los viejos paradigmas de la adquisición de equipos, software, licencias, etc, versus la versatilidad de una oferta que se ajusta a la realidad del negocio y que su ventaja más mercadeada ha sido que se paga "on demand".

Las verdaderas razones que diferencian a las empresas que han podido seguir operando, o conectadas e interactuando con sus clientes, proveedores, aliados pese al Gran Encierro, es que cuentan con una visión digital sólida, desde el principio, no reactiva, no diseñada como respuesta sino como propuesta ante una realidad que ya venía dando claros indicios de cambio, de transformación, algo que no todos vieron ni comprendieron en su justa medida y que le tomaron como una estrategia más.

De eso trata la Transformación Digital tan citada durante estos últimos años, de mirar más allá, de mirar por encima de la realidad actual, proyectándose hacia un futuro en el que lo digital no es una moda, un cliché, algo chic con lo que hay que asociarse.

Ya lo decía Jeff Bezos cuando le conocí en el evento *Internet World* en Chicago, en el año 2000, “las tiendas seguirán para que la gente pueda palpar la calidad de las telas, ver los colores, hasta validar las tallas. Después la gente irá a su casa y comprará desde la comodidad de su sillón”.

Esta frase que me quedó grabada tiene mucho de visión clara, futuro real, coexistencia, complementariedad, y sobre todo relevancia, en un momento tan crucial como este.

La adaptabilidad, flexibilidad y disponibilidad figuran entre las competencias clave para seguir adelante.

**Escrito por Mariam Larrazábal G.**  
**Directora de Comunicaciones Daycohost**  
**mlago@daycohost.com**



**@daycohost**

**[www.daycohost.com](http://www.daycohost.com)**