

**C-LEVEL
REPORT**

#5

RESISTIR, APRENDER Y LIDERAR EN 3 TIEMPOS

JUNIO 2020

“ES NECESARIO CONECTAR NUESTRA REALIDAD CON UNA ESTRATEGIA TRANSFORMADORA” 5 min.

Esta frase no solo sirve de apertura para la edición número cinco de nuestro **C-Level Report**, sino que invita a reflexionar antes de realizar un corto viaje en el tiempo, para llegar al futuro inmediato. Un momento posterior que, por definición, llegó de forma prematura y distinta a la que muchos esperábamos.

¿La razón? El futuro nos alcanzó y no estábamos preparados. Una pandemia que aun amenaza el orden de la humanidad ha puesto a prueba sistemas económicos, políticos, sociales, empresariales y ninguno ha resultado inmune. Por ello, el impacto que ocupa hoy las agendas de los tomadores de decisiones y por eso compartiremos algunas ideas, mientras subimos a un **DeLorean** para hacer un viaje en el tiempo junto a **Mariadela Larrazábal G.**, Presidente Ejecutivo de **Daycohost**.

PRIMERA PARADA EL ANTES

Bien entendida, una estrategia transformadora, es aquella en la que se reformulan los modelos de negocio con foco en el cliente y su experiencia de uso, para lograr la re inserción de las empresas en la dinámica de la economía digital. Sobre esto, apenas hace un par de meses, había suficiente comprensión y awareness en el C-Level venezolano.

Las empresas estaban observando, aprendiendo y, en algunos casos, avanzando en sus procesos de transformación, para mantenerse en un mercado como el que teníamos antes de la pandemia. La Transformación Digital se refería a un proceso inevitable de cambio en busca de ser más eficientes, para evolucionar y tener capacidades para innovar, descubrir y explotar nuevos nichos. En ese momento, el reto era establecer una ruta para determinar cómo y por dónde comenzar, comenta **Mariadela Larrazábal G.**



SEGUNDA PARADA EL AHORA

Hoy, enfrentamos un futuro que no se parece al que imaginamos, es un mundo distinto. Uno en el que los cambios están ocurriendo right on the way, impulsando nuevos hábitos y patrones de consumo.

“Es el momento de la verdad para la Transformación Digital”. Con esta cita ella define el actual contexto, en un momento que exige respuestas inmediatas ante nuevas reglas de juego.

“Las empresas quieren resolver implementando tecnología, en ocasiones de forma reactiva. Vemos como en algunos casos, están tratando de trasladar su oferta de productos y servicios al mundo digital, para responder a la demanda actual, motivada por la cuarentena. Lo que no se puede determinar es hasta qué punto lo están haciendo conscientes del impacto de estas decisiones en las estructuras operativas, de procesos, administrativas, sobre las que venían operando y que ciertamente son las que hasta ahora sustentan los negocios”.

Se ha comprendido que los modelos de negocio se han visto afectados y que deben cambiar. Sin embargo, algunos se han aventurado o precipitado en la toma de decisiones, constatando que la tecnología per sé no necesariamente las está haciendo más eficientes o más, se está afectando su productividad.

¿La razón? La hemos repasado un par de líneas antes. Las organizaciones solo están digitalizando procesos, dejándose ver, en algunos casos, una desconexión con el modelo integral del negocio, por ende, una ausencia de una verdadera estrategia transformadora.

El reto está en reconocer a la tecnología como un habilitador y en rediseñar o ajustar los procesos para que ésta sirva como palanca del negocio. Además, de nada sirve poder llegar al mercado sin aprovechar esa tracción para generar inteligencia al negocio que permitirá definir el curso a futuro.

La misión del C-Level está en mirar con lupa aquello considerado neurálgico para la empresa y garantizar su continuidad operativa sobre una sólida base, al entender la **habilitación tecnológica** como el elemento fundamental para lograr la evolución y la permanencia, a través de los modelos XaaS y accediendo, sin reservas, a los ecosistemas colaborativos.

TERCERA PARADA EL DESPUÉS

Aunque pueda resultar un poco precipitado visualizar un después, es necesario y urgente hacer el ejercicio. Ahora mismo somos testigos de cómo algunas economías, seriamente golpeadas, comienzan a mostrar signos de recuperación, mientras intentan operar en lo que algunos expertos definen como el camino al Next Normal.

Estamos frente a un momento decisivo e impostergable, para garantizar la sustentable hoy, ante una realidad que exige reformular los modelos de negocio y transformar el relacionamiento con los usuarios. “Hay una constante en el antes, durante y después y es que se quiere habilitación tecnológica, desde una mirada estratégica.

Lo que debemos ver en un futuro muy próximo, es **la aplicación de estrategias transformadoras orientadas a un sentido más práctico y específico**. Urge mirar más allá de responder con premura. Habilitar el negocio para responder y fortalecer capacidades que permitan operar, conocer y anticipar posibles escenarios sobre los hábitos de consumo y demás signos del nuevo mercado, es clave ante el panorama aún incierto y las nuevas pruebas que pudieran estar por venir, concluye Larrazábal G.

Andrés Bello
beloa@daycohost.com



PRIMERAS LECCIONES APRENDIDAS

EN TIEMPOS DE CUARENTENA (I PARTE) 3 min.

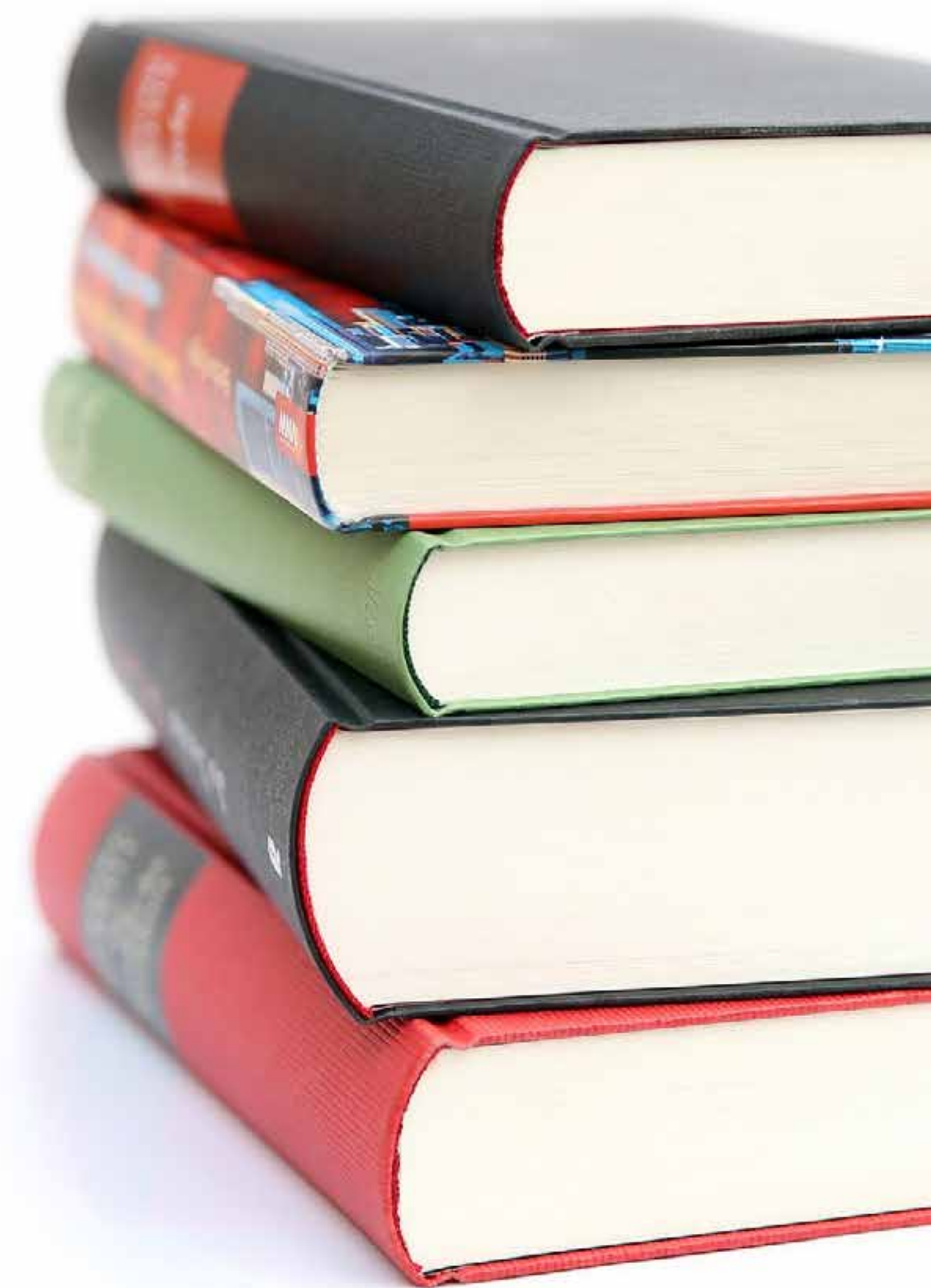
Y ante la interrogante que debe estar en su mente ¿es que hemos aprendido algo?, la respuesta contundentemente es sí. Definitivamente una situación inédita en la historia contemporánea debe estar dejando grandes aprendizajes a nivel personal, como sociedad y por supuesto, a nivel empresarial que es lo que nos ocupa.

En este complejo terreno, en el que saturan las noticias teñidas de cierres, despidos masivos, adhesión al capítulo 11, hay señales, menos publicitadas, que merecen atención ya que suponen logros, avances, resultados positivos, producto de estrategias sólidas implementadas por organizaciones que sin duda han surfado la ola, mejor que el resto.

¿Y qué es lo que han hecho estas empresas? ¿Cómo es posible que ante tanta dificultad producto de este frenazo inesperado se produzcan resultados positivos? Por supuesto que hago la salvedad que nos referimos aquí al desempeño de algunas organizaciones, por lo que nos merece profundo respeto, reflexión y aflicción, los estragos que, en el plano humano, viene dejando la pandemia.

Nuevo escenario, nuevas reglas, nueva oportunidad

En el reciente *digitalk*, espacio virtual creado por **Daycohost** para promover el encuentro de ideas, experiencias y mejores prácticas, **Rubén Darío Díaz**, experto venezolano en Transformación Digital, citaba que “este tema de la pandemia ha colocado en relieve algo que se viene hablando desde hace mucho tiempo acerca de la Transformación Digital, asociándolo primeramente con la digitalización, más no se compren-





día en profundidad el por qué ni su verdadera dimensión. Sin duda la pandemia aceleró el proceso”.

En este sentido, ahora, al desaparecer un espacio de tiempo y maniobra, producto del “Gran Encierro” urge la necesidad en el liderazgo empresarial de repensar y “comprender los negocios bajo este nuevo contexto, que para algunos se puede asumir como un tropiezo en el camino, y una vez superado se retomará, pero que la realidad es que aún superado el tema médico, las condiciones, después de la pandemia, van a ser muy distintas”.

“La normalidad también dependerá de cómo nos vamos a adaptar a un entorno distinto, además supone cambios consigo, destacando aspectos como la precaución, lo que supone que algunas industrias se verán beneficiadas contrario a otras que se verán muy exigidas.

Ya se habla también de que los mercados tenderán a protegerse, a priorizar que sale o lo que ingresa. Hay incluso analistas que comienzan a ver a América Latina como una opción de fabricación versus las potencias asiáticas, ya que serían fuentes de abastecimiento cercanas y más controlables”, apunta Díaz.

Así que es mucho lo que hay que colocar hoy sobre el tablero para definir los próximos pasos.

Estrategia digital al desnudo

Según datos compartidos por Díaz, Apple, Amazon, Facebook, Microsoft y Google reportaron ganancias durante el primer trimestre 2020. Y usted pensará, de qué estamos hablando o qué clase de comparación es esa. Y sí, es cierto, más detrás de todo lo que sabemos de estos gigantes, que intimidan a cualquiera, lo interesante es pararse y observar aquello que les hace ser así y que es común en todos los casos.

Para Díaz la respuesta es muy simple y devela además por qué las empresas tradicionales están en desventaja y es que “son muy dependientes de activos físicos, tiendas, oficinas, y aún operan con una gran cantidad de procesos manuales”. Entonces la respuesta va mucho más allá de justificar los resultados de

los gigantes solo porque son tecnológicas y todo comienza a tener un sentido más práctico, aplicable y replicable.

Sin duda, como resalta Díaz, una empresa con una estrategia digital correcta no solo puede reaccionar de manera distinta sino que, en consecuencia su capacidad de respuesta, su gestión y operación en pos de la costo eficiencia, su presencia y cercanía con usuarios y clientes permanece, aún ante un escenario tan desafiante, **por la flexibilidad que confiere la tecnología.**

Entonces lo que está planteado es una reinención, una reinterpretación de la empresa. Estamos con el lobo en casa. Así que, entre las primeras lecciones, urge contundencia en las decisiones que permitan a las organizaciones dejar atrás esquemas, modelos, procesos y prácticas en desuso, que hoy comprometen no solo su velocidad y capacidad de respuesta sino su inserción en un mercado distinto al conocido, en el que la eficiencia operativa, la garantía de continuidad, la versatilidad de los canales de venta o distribución, el aporte real de cada talento de la organización, serán los verdaderos jueces.

El tiempo está vencido para las decisiones a medias, aisladas o desconectadas de la estrategia del negocio. Se agotó. La tecnología con su amplio repertorio de Nube, virtualización, servicios administrados, soluciones llave en mano, ha sido, es y será el principal habilitador de los cambios en la organización y, hoy más que nunca, el posible antivirus ante este amargo pasaje y los que vendrán.

Mariam Larrazábal G.
mlago@daycohost.com

C- LEVEL, junio 2020. By Daycohost

**C-LEVEL
REPORT**

@daycohost

