

La era digital: real desafío para la humanidad



Luis Emilio Linares M.

Un imperativo: aprender, educar y ser cómplices en la transformación que tienen estos nuevos rumbos en la historia de la humanidad.

Hoy, en pleno siglo XXI, es preciso reflexionar frente al reto que tenemos para apropiarnos de la nueva cultura de transformación de los negocios a lo digital. La rápida evolución tecnológica nos tiene pensando y actuando más de la cuenta, al considerar que quien no hace parte de estos desafíos se rezaga-

rá de los buenos y rentables negocios.

Si nos referimos a cambios es necesario remontarse al origen de la vida y repasar concienzudamente las eras de piedra, bronce y de hierro enfrentados por la humanidad con diversos fenómenos que con-

tribuyeron a la evolución de la raza humana y que fueron de la mano con los avances tecnológicos.

Si tomamos como ejemplo lo que sucedió en el momento en que se creó la electricidad, uno de los grandes inventos para la humanidad, encontramos que inicialmente solo las personas hallaron su utilidad. Las empresas la encontraron con posterioridad.

En ese entonces, como lo ilustra el autor de *The Big Switch*, Nicholas Carr, a las empresas les daba temor la nueva “tecnología”, y como en todos los procesos de adopción surgieron “early adopters”, quienes probaron y demostraron que utilizar la electricidad les permitía mayor productividad y competitividad entre sí, dejando atrás la generación de energía con ruedas de agua o en otros casos con caballos.

En la actualidad, el desafío es la nueva era digital en los negocios que nos presenta herramientas para mejorar la eficiencia operacional y especialmente la experiencia con nuestros clientes, de una forma que antes no se había visto.

Al igual que para el caso de la electricidad, los consumidores fueron los primeros en experimentar las bondades de estas tecnologías a través, en muchos casos, de sus smartphones, conectados a WIFI, a Bluetooth, a RFID y al NFC para realizar transacciones seguras. Y ni qué decir de las redes sociales

Facebook, LinkedIn, Instagram, que acompañadas por fotos o videos del momento, dan a conocer gustos, opiniones, intereses y tendencias que son compartidas a amigos y conocidos de forma inmediata. El tema de inteligencia artificial con Siri y Alexa, nos ayuda a resolver problemas cotidianos y nos facilitan el manejo de nuestra agenda o nos permiten relajarnos con un chiste.

El mundo empresarial también requiere de innovación y acompañamiento constantes para asumir esta nueva cultura de transformación. Estoy seguro de que en estos tiempos, ninguna empresa optaría por excluir la electricidad de sus procesos o decidiría producirla por sí misma. Lo que no es claro es si hoy, como pasó con la electricidad, la transformación digital que está cambiando tan aceleradamente la experiencia de todos en el mundo, va a impactar con real trascendencia, y de ser así, si estamos preparados o deberíamos prepararnos.

Hace unos años para lograr un posicionamiento, los negocios requerían el registro y la publicidad de sus datos en las Páginas Amarillas. Se puede decir que si no figuraban no existían.

Con el paso del tiempo surgieron las páginas web, no sólo para destacar la información básica de ubicación, sino ofrecer nuevos servicios, al igual que sus casos de experiencia. Hoy en día nos referimos

a ecosistemas para conectarse a través de APIs y así agregar un segmento que antes no teníamos.

Consideremos las nuevas iniciativas de negocios que promocionan servicios de tránsito o de gobierno, entre otras, para diseñar y desarrollar aplicaciones, agregándoles valor y generando un ecosistema que antes estaba dormido.

Estoy convencido de que esta no es una tendencia de moda. Se debe asumir como un momento histórico para que las personas que trabajan en este mundo de tecnología digital e información se preparen y, a su vez, orienten a sus compañías para comunicar y socializar las bondades de esta nueva cultura en sus planes estratégicos, en sus grupos directivos y en las conversaciones con los diferentes niveles de la organización.

Un imperativo es aprender, educar y ser cómplices en la transformación que tienen estos nuevos rumbos en la historia de la humanidad.

Lo primero que debemos hacer es generar conciencia sobre este nuevo cambio en el nivel directivo de las organizaciones. La decisión de vincular a la dirección facilita el proceso para su socialización y puesta en marcha, pues si en la junta directiva, el presidente no es consciente y no entiende la importancia del ¿por qué? y ¿para qué?, la transformación no va a darse con la fluidez requerida.

Es interesante cómo las empresas que han asumido esta nueva cultura hacen énfasis en la necesidad de fortalecer el conocimiento de sus funcionarios, dado que su intervención decidida es definitiva en el logro de los objetivos planteados. Igualmente, abren la posibilidad de contar con el servicio de empresas de consultoría para facilitar la socialización y formación de los empleados, de manera que sea más eficiente el proceso de educación de los diferentes niveles.

Sin duda alguna, entender lo que se va a hacer, y si tiene o no sentido en la empresa, plantea la necesidad de diseñar, ejecutar, monitorear y valorar los impactos de un plan que permitirá consolidar y abrir paso a la tan anhelada eficiencia y competitividad.

En la empresa en la que trabajo existe conciencia sobre el tema, tal como explica Hernán Rincón, Presidente Ejecutivo de Avianca Holdings S.A.: “somos una empresa digital que maneja aviones”. Esta forma de identificar el negocio genera un cambio cultural, permea la organización y cada uno de sus servicios, porque como muy bien nos lo enseñó el señor Peter Drucker “la cultura se come al desayuno a la estrategia”.

Tomas Friedman indicó que el mundo es plano y hoy más que nunca es así en lo digital: los impuestos para el establecimiento de comercio; la protección de datos y las di-

ferentes regulaciones que existen, son tan solo algunos ejemplos de ello. Al parecer, en ese sentido solo nos preocupa el entorno local, cuando el mundo global demanda de las empresas claridad frente a regulaciones como la DDPR Europea que nos afecta a todos.

Hoy los clientes o consumidores esperan tener la misma posibilidad de experiencias que tiene Amazon, así como la eficiencia de la que ellos se benefician, o ser tan competentes como Alibaba. Así las cosas, las empresas deben preguntarse: ¿cuál es nuestra estrategia digital?

Gracias a estos avances se empiezan a utilizar herramientas que es necesario conocer y entender para determinar si dan o no sentido al mercado, como es el caso del “Big Data”, la Inteligencia Artificial, la computación en la nube, el IoT, los “chat Bots”, la “serverless computing”, y algunos APIs, entre otros.

Con la llegada de la computación en la nube se abre la posibilidad de invertir en propuestas como la analítica, que antes eran muy costosas. Estas plataformas hoy nos permiten hacer infinidad de cosas para competir en este nuevo mundo en el que debemos estar atentos a los aportes que hacen Microsoft, Amazon y Google, para citar algunos.

El gobierno colombiano ha generado grandes cambios para promover

el talento de TI en quienes pretenden estudiar carreras de formación técnica, tecnológica y universitaria, relacionadas con tecnologías de información y afines.

Vemos cómo los profesionales en sistemas ahora tienen reconocimiento en posiciones como CIO (“Chief Information Officer”) del Estado; en el sector privado se ve el CDO (“Chief Digital Officer”); y algunas veces están en una sola persona el CTO (“Chief Technology Officer”) y el CDO.

Esta nueva era de transformación de los negocios a lo digital genera oportunidades y retos para todos. Debemos seguir buscando esos puntos de inflexión (“tipping points”) en el Estado; la universidad, los gremios y las empresas pueden ser artífices de una gran evolución, esas historias de éxito son las que nos permitirán hacer un cambio en nuestro entorno. Dependiendo de la orilla desde la que se mire, existirán maneras de ver el mundo digital, no sólo como el internet, sino como la mezcla de mi realidad con lo online, porque ya no contamos con mundos paralelos, tenemos dos mundos mezclados que están cambiando nuestra vida, la economía y el futuro.

Compartimos una sola realidad en nuestro mundo. Para nadie es ajeno que todos nos podemos “googlear” y entender el otro yo, el digital, que cada día será menos distante. Está convergiendo a quienes somos.

Referencias

Westerman, George 2014. Harvard Business Press. Leading Digital. Turning technology into business transformation.

Carr, Nicholas, 2008. Norton and Company. The big switch. From Edison to google.

Gladwell, Malcolm 2000. Little, Brown and Company. Tipping point.

Sloan MIT (2017). Is your Company ready for a digital Future. Recuperado de <https://sloanreview.mit.edu/article/is-your-company-ready-for-a-digital-future/>

European Commission (2016). Data protection. Recuperado de <https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection>

Colombia Digital (2014). Generaciones Digitales: Entre épocas y tecnologías. Recuperado de <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/6199-generaciones-digitales-entre-epocas-y-tecnologias.html>

Friedman, Thomas, 2005. New York. The World is Flat. A brief History of The Twenty first Century 🌐

Luis Emilio Linares Martínez. Ingeniero de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Master of Business Administration (MBA) en William E. Simon Graduate School of Business Administration en la Universidad de Rochester en New York. Realizó el programa de Alta Gerencia en Logística y Operaciones de la Universidad de los Andes. En la actualidad es candidato a grado de derecho en la Universidad Politécnico Gran Colombiano. Se desempeñó como Arquitecto de Tecnología, Gerente de Proyectos, DBA entre otros cargos, en la Subgerencia de Informática del Banco de la República. Trabajó en Branch of Microsoft Colombia como Arquitecto de tecnología y especialista de soluciones para desarrollo y nube. También ejerció en la contraloría General de la República de Colombia como jefe de la Unidad de Seguridad y Aseguramiento Tecnológico e Informático. En la actualidad se desempeña como Director de Arquitectura Empresarial de Avianca.