

MANAGEMENT

INNOVACIÓN

Empresas inteligentes en la ruta digital

La posición de ventaja la tienen las compañías que saben cómo aprovechar las tecnologías que marcarán la pauta en el futuro, sobre todo, en un mercado tan competido como el actual.

POR DIEGO GARCÍA NÚÑEZ*

La era tecnológica se caracteriza por la ingente cantidad de información que se puede llegar a generar y acumular. Para las compañías, el reto se encuentra en analizar todos esos datos, ponerlos en valor y utilizarlos para los objetivos que sus estrategias marquen.

No obstante, se precisa la incorporación de la tecnología para aprovechar todas las oportunidades que brinda el tratamiento inteligente de los datos que se recopilan.

Además, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha impulsado el crecimiento constante de la producción de datos digitales. Al inicio, esta gran cantidad de información se presentaba como un desafío para las grandes organizaciones.

Éstas comenzaron a manejar montañas enormes de información que, por su gran tamaño, ralentizaban los sistemas y hacían casi imposible determinar de forma manual o con herramientas tradicionales. Hoy, el conjunto de datos son contenido de verdadero valor, siempre y cuando se almacene, analice y procese la información.

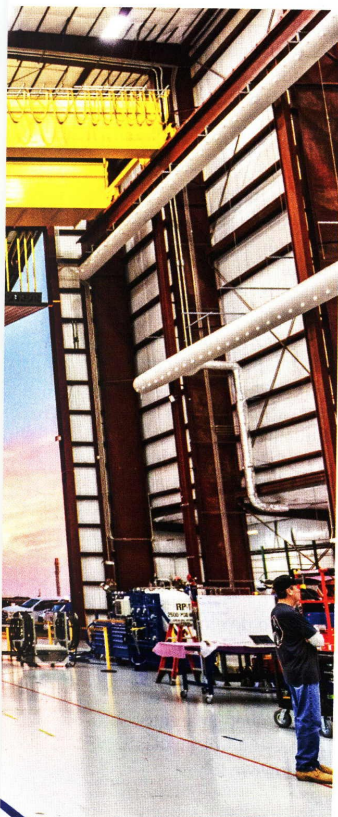
Con ello, podríamos decir que una empresa inteligente o un *Smart Business* es aquella que ha logrado capitalizar mejor las tecnologías digitales y las emergentes, aplicándolas a sus modelos de negocio para así, innovar en la industria en la que se desenvuelven.

El término surge a partir del momento en el que se detecta que el sentido



Un *Smart Business* logra capitalizar mejor las tecnologías digitales y emergentes, al aplicarlas en un modelo de negocio eficaz.

Las compañías que no cumplen con la velocidad y las exigencias del mercado, no podrán permanecer ni posicionarse.



de competencia corporativa se define por la velocidad de transmisión de la información, pues nos encontramos en un mundo de inmediatez, donde si las compañías no cumplen con la velocidad y las exigencias que el mercado les demanda, simplemente no podrán permanecer ni posicionarse.

Por lo tanto, las empresas inteligentes, entre las que destacan Amazon (EU), Baidu (China) y Mobileye (Israel), poseen un común denominador: han comprendido que la velocidad de la información y la información misma es un valor, han analizado su entorno y se han adaptado a éste para mejorar, en algún sentido, la operación o estrategia.

Esto quiere decir que no solamente se debe incluir la tecnología, pues una compañía inteligente es aquella que constantemente hace modificaciones en su forma de operar, tanto interna como externamente, con base en los conocimientos que ha obtenido a partir de un análisis exhaustivo de su sector, competencia, tendencias y procesos.

Para lograr esto, es necesario tener algunos puntos en común, que pueden aplicarse a cualquier tipo de organización, incluso, a los emprendedores y *start-ups*, que podrán convertirse en los líderes del futuro:

- Obtención y transmisión inteligente de información, a través de las innovaciones tecnológicas.
- Análisis de los datos que hay afuera: antes, las personas hacían encuestas

Las empresas más inteligentes

Cada año, la MIT Technology Review enlista las 50 compañías que combinan innovación tecnológica con un modelo eficaz de negocio. El *top 10* incluye grandes corporaciones y *start-ups* en ascenso.

- 1** Nvidia
- 2** SpaceX
- 3** Amazon
- 4** 23andMe
- 5** Alphabet
- 6** iFlytek
- 7** Kite Pharma
- 8** Tencent
- 9** Regeneron
- 10** Spark Therapeutics

MANAGEMENT

PILARES DE LAS PRÓXIMAS TECNOLOGÍAS

Las analíticas, la nube y la experiencia digital han generado disrupción en las operaciones de TI, modelos de negocio y mercados. Ahora, constituyen la base para construir muchas ambiciones para el futuro.

	PRESENTE	FUTURO
Analíticas	PRONÓSTICO. Capacidad para predecir, prescribir y responder con base en perspectivas provenientes de analíticas.	EXPANDIR. Fábrica dinámica de datos para consumo, clasificación y administración de la expansión de las redes de datos.
Nube	VELOCIDAD. Moverse hacia ofertas públicas y permitir innovación a través de plataformas.	INTEGRACIÓN. Incentivar la disrupción amplia como parte de ecosistemas interdependientes.
Experiencia digital	TODO EN. Abarcar toda la empresa: oficina de respaldo, oficina frontal, productos y ofertas.	CREAR. Aprovechar los principios del diseño para moverse del arte a la ciencia, enfatizando la experiencia humana.

Fuente: Deloitte

para saber qué pensaban los consumidores de las marcas y de los productos; hoy, la gente lo comunica sin la necesidad de preguntar. Es importante escuchar la conversación, entender cuáles son las tendencias, qué hacen y dicen de los demás. La información es la clave para el éxito de una compañía.

• Los líderes actuales deben tener en cuenta que la rapidez es un valor que sobresale y que los clientes atesoran, pues una empresa que soluciona los problemas de manera inmediata y sencilla, siempre será una buena opción.

Además, el uso inteligente de la cantidad de datos que se necesitan para llegar a un fin concreto, que en el caso de las empresas es la toma de decisiones orientadas a hilar una hoja de ruta, será lo que la lleve al éxito.

De esta forma, queda de manifiesto que las compañías tienen que aprovechar al máximo el *Smart Data* para crear un buen modelo de negocio inteligente.

A través de un registro correcto de datos se puede optimizar la toma de decisiones, al revisar los resultados que le han funcionado de mejor manera a la organización. De esta forma las empre-

sas pueden recalibrar sus objetivos basándose en estrategias cuyos resultados efectivos ya han sido predichos.

Igualmente, con ello es posible mejorar la experiencia del cliente, un factor crítico para establecer negocios verdaderamente exitosos. Por ello, los datos y la información pueden ser el diferenciador al responder solicitudes con mayor velocidad, precisión y exactitud.

Al hablar de la potenciación de la seguridad de los sistemas, el *Smart Data* establece correlaciones entre datos que permiten detectar amenazas y anticiparse a ciberataques. Ya sea para observar conductas inusuales de usuarios del sistema o para determinar el patrón de comportamiento de *hackers*.

Sin duda, puede representar un recurso poderoso para el equipo de seguridad de TI al automatizar procesos y detectar correspondencias que, normalmente, pasarían desapercibidas para el ojo humano.

De igual manera, contribuye a la reducción de costos al garantizar, únicamente, la adquisición de soluciones que aporten valor a la organización, ya que se pueden pronosticar las tendencias,

brindar un mejor servicio y así, mejorar el retorno de inversión.

Finalmente, el *Smart Data* facilita el establecimiento de planes de emergencia, pues, gracias al análisis predictivo, se puede anticipar a cualquier problema que surgiera, evitando periodos de inactividad, crisis de comunicación o fuga de información, entre otros.

Considerando estas acciones y beneficios, tanto para una empresa multinacional o local o para un proyecto de emprendimiento, un *Smart Business* tendrá el gran diferenciador en comparación con empresas que, aparentemente, están diseñadas para sobrevivir. **EF**

*Coordinador de Comercialización y Comunicación Digital de la Universidad Iberoamericana.