

## LA EMPRESA, DÍA A DÍA

Ester Ruano Ortiz

## Transformación digital y gestión del cambio

El proceso de desarrollo digital en el que nos encontramos está transformando la economía en general y el mundo empresarial en particular. Las nuevas tecnologías están impactando de una manera trascendental en los ciudadanos, consumidores, clientes y empleados, redefiniendo la sociedad así como los modelos de negocio. Este fenómeno económico y social es imparable.

La revolución digital se ha convertido en el último desafío en la gestión del cambio porque afecta no sólo a las estructuras de la empresa y de posicionamiento estratégico, sino a todos los niveles de una organización, cada actividad diaria y sus procedimientos implicados se ven transformados o, como mínimo, implicados.

La digitalización puede provocar transformaciones radicales en múltiples aspectos de una actividad, proporcionando oportunidades sin precedentes para la creación de valor, a la vez que representa una amenaza por la aparición de competidores que te desplacen del mercado. Algunas empresas de gran consumo tardaron en posicionarse varias décadas, mientras que compañías de venta *online* con entrega exprés lo han logrado en pocos años. Como estos ejemplos existen muchos, y en todos los sectores económicos. Los directivos o puestos intermedios deben desafiar constantemente sus organizaciones para garantizar que este cambio auspiciado por la tecnología pueda ser una fuente de ventajas competitivas significativas y entender dónde y cómo su modelo de negocio podría ser alterado por nuevos modelos u operadores que irrumpen en el mercado amparados por las nuevas tecnologías.

### El cliente desea ser atendido las veinticuatro horas y a través de distintos canales

Las tecnologías puede alterar los modelos de negocio tradicionales. Las organizaciones tienen que plantearse la transformación digital con objetivos claros y con una estrategia concreta para aprovechar sus fortalezas, minimizar las debilidades y prevenir las posibles amenazas.

Las personas estamos en el centro de la era digital. Las nuevas formas de relacionarse los clientes con las empresas, las personas entre ellas o los trabajadores con las empresas están impulsando esta evolución. El que no haya entendido que tanto la tecnología como el factor humano son las claves de esta ecuación, no ha comprendido las bases de esta transformación. El cliente exige ser atendido las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana y por diferentes canales o dispositivos. Está en el centro y posee el control de su relación con las empresas. Identificar, atraer, ganarte y retener a los clientes en este entorno requiere un esfuerzo que implica a toda la empresa: la estructura organizativa, la cultura de la empresa y la tecnología deben estar orientados a ofrecer la mejor experiencia a los clientes.

Los empleados conforman otra de las piezas clave para empezar este proceso. Tienen que estar alineados con la estrategia y objetivos de la empresa, y es de crucial importancia inculcar la cultura digital dentro de la organización. Las empresas deben formar a sus trabajadores e identificar y retener el talento que demanda la nueva economía.

La transformación digital global de la sociedad y de las empresas no ha hecho más que empezar. Las empresas que quieran competir en este mercado global deben conocer las claves de este nuevo tiempo, que cambios suponen para su negocio y qué competidores pueden aparecer en este nuevo escenario. Cualquier directivo debe estar analizando en las implicaciones estratégicas de estas transformaciones en sus organizaciones, antes de que sea demasiado tarde.

Directora Gerente. [Colegio de Economistas de Valencia](#)

La digitalización puede ser el aliado en determinadas decisiones estratégicas, mejorar las decisiones de gestión y acelerar el desarrollo de nuevos productos o servicios. Al mismo tiempo, la excesiva celeridad en la adopción de