

4 TENDENCIAS DIGITALES QUE MARCAN EL CRECIMIENTO EN LA NUEVA REALIDAD

ARGENIS BAUZA

Las industrias dedicadas a la atención directa de personas están sacando el máximo provecho de los canales de entrega a distancia en temas como salud, educación, aptitud física y educación superior, y, por su parte, las industrias híbridas (aquellas que combinan capacidades físicas y digitales) están alcanzando escalas de crecimiento sin precedentes en sectores como venta minorista, entrega de productos y alimentos, así como entretenimiento digital.

El término digital refleja el mundo en que vivimos, marcado por la innovación constante, combinada con acceso permanente a grandes cantidades de datos para una mejor toma de decisiones. En este sentido, la transformación digital de los negocios implica la evolución que una organización debe realizar para cumplir con nuevos objetivos estratégicos o para adaptarse a entornos cambiantes.

A medida que las personas se instalan en una nueva realidad de trabajo e interacción, será necesario generar conceptos disruptivos y emergentes para crear experiencias digitales significativas, que se basen en el establecimiento de confianza digital y construyan una nueva plataforma para la resiliencia continua y la preparación a futuro.

En este contexto, es posible definir 4 tendencias en materia digital que marcan la nueva realidad en cuanto a comercio digital e interacción con el cliente, y que los negocios pueden aprovechar para construir ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

1. Crear nuevos espacios virtuales y aumentados

A pesar del cada vez mayor número de plataformas para conectarse, las interacciones virtuales pueden sentirse incómodas e impersonales; es por ello que las empresas siguen adaptando constantemente su modelo de entrega de servicios a distancia.

En este sentido, los nuevos espacios digitales y virtuales, así como el compromiso con el cliente y otros grupos de interés, seguirán impulsando la productividad mientras crean una experiencia más positiva, atractiva, gratificante y humana en empresas, escuelas e incluso en entornos sociales y públicos, con base en soluciones como:

- *Herramientas de colaboración*
- *Virtualización de la gestión de inventario*
- *Inteligencia artificial (IA) y visión computarizada*
- *Entrenamiento virtual y remoto*
- *AR / VR / MR (realidad aumentada, virtual y mixta)*
- *Robótica y automatización*

2. Reimaginar las interacciones humanas

Los comportamientos humanos y las interacciones con el mundo que nos rodea se han vuelto a codificar. Asistir a reuniones, a clases, realizar compras e incluso presenciar deportes profesionales hoy se hace a distancia.

La tecnología facilita las interacciones con una menor dependencia del contacto físico para realizar el trabajo, comprar, intercambiar valor y obtener acceso a la información. Además, los espacios inteligentes mejoran las medidas de seguridad, aumentan la sostenibilidad y se integran para lograr una mejor colaboración apoyada en herramientas como:

- *Espacios y edificaciones integradas inteligentemente*
- *IA y analítica avanzada*
- *Mellizos digitales*
- *Entrenamiento virtual*
- *Robótica y automatización*
- *Pago sin contacto*
- *Virtualización de la gestión de inventario*
- *Diseño centrado en el humano*
- *Drones*

3. Liberar la mentalidad “primero digital”

Los primeros meses de la pandemia de COVID-19 han resaltado la necesidad fundamental de tener agilidad, información y generar contenido digital. Toda empresa comercial se prepara hoy para acelerar la innovación y la estrategia desde un enfoque “primero digital”.

Innovación digital; experimentación; prototipos; desarrollo y operación de software unificados (DevOps), así como modelos de entrega ágiles se han convertido en la nueva expectativa del mercado, buscando reinventar o definirlo todo primero digitalmente, por medio de:

- *Innovación*
- *Estrategia de productos y centralidad*
- *Nuevo Agile*
- *Dev Ops*
- *[Nuevo] Móvil*

4. Crear la resiliencia del futuro

Las cadenas de valor diversificadas, los modelos operativos y de entrega optimizados y ágiles, así como los nuevos compromisos e interacciones virtuales impulsados por tecnologías digitales y emergentes crean un nuevo nivel de capacidad de resiliencia y continuidad comercial.

La nueva realidad digital proporciona un nivel hasta ahora desconocido de conocimientos y capacidades para responder a eventos futuros buscando evitar los errores del pasado, gracias a tecnologías cuya aplicación es cada vez más real, tales como:

- *IoT (internet de las cosas) y espacios conectados*

- *Cuidad virtual*
- *Quantum*
- *IA y analítica avanzada*

A raíz de COVID-19 se ha materializado abruptamente un cambio a gran escala que se venía gestando de tiempo atrás en diversas industrias, el cual básicamente se trata de trabajar eficientemente a pesar de la distancia física.

Las organizaciones están invirtiendo en tecnología e infraestructura de teletrabajo, y la popularidad de las plataformas de comunicación virtual seguirá aumentando, buscando que las tecnologías emergentes mejoren el desempeño del talento, y permitan gestionar el cambio en las necesidades inmobiliarias, así como en el papel del liderazgo empresarial en cuanto al bienestar físico y mental del talento, pues se están desmantelando ciertas estructuras gerenciales tradicionales, lo cual obliga a los negocios a reevaluar temas como salud ocupacional y ciberseguridad.

La sociedad se adaptará rápidamente a estos cambios, así que conforme la población vaya construyendo en conjunto la nueva realidad serán necesarios nuevos conceptos disruptivos que garanticen una experiencia digital óptima, basada en la confianza digital y una resiliencia continua definida, en parte, por las cuatro tendencias analizadas.

###

Nota: las ideas y opiniones expresadas en este escrito son de los autores y no necesariamente representan las ideas y opiniones de KPMG en México.

Autor Argenis Bauza
Socio de Digital Lighthouse
KPMG
Agosto, 2020