



Foto Pixabay

El futuro ya es pasado *

Guillermo Quiroga | [Follow](#)

Director Escuela de Postgrado en...

3 0 2

Un estudio del IMD sobre disrupción y transformación digital propone el concepto vortex digital. Bajo esta idea nos alerta de cuáles son las industrias y sectores que más cercanos se encuentran al centro del mismo; y por tanto con mayor rapidez y violencia serán afectados por la cuarta revolución industrial. Los negocios de media y entretenimiento, productos y servicios tecnológicos, retail, servicios financieros y Telecom en ese orden son los más cercanos al vortex y por tanto los más expuestos. Le siguen productos de consumo masivo, educación, servicios profesionales, hotelería y manufactura.

Netflix y YouTube, tienen en jaque a la televisión tradicional, incluso a grandes jugadores del cable como HBO. La reciente película de Spielberg "The Post", en alusión al venerado periódico tiene una escena de antología y nostalgia sobre cómo se trabajaba e imprimían los periódicos no hace muchos años. Nacen continuamente emprendimientos basados en la tecnología que revolucionan todo. La nueva tienda de Zara, en Londres configura una forma distinta para el retail, en donde se fusiona la experiencia presencial con las ventajas de la compra on line, generando un ecosistema nuevo para la venta minorista. El denominado click-and-collect. Por otro lado, las fintech amenazan seriamente a la banca y los seguros tradicionales a través de la desintermediación en base a los atributos de menores costos y mayor rapidez. Finalmente, en el mundo Telecom, ya no hablamos de megas sino de gigas y en poco tiempo de terabytes... ya que el negocio de transmisión de data está reemplazando a la comunicación hablada.

Representantes de muchos sectores como: Banca y seguros, industrial, productos tecnológicos, aerolíneas, hospitalidad, retail y salud; nos compartieron sus experiencias, desafíos, inquietudes y anhelos. Por ello, quiero en este artículo de cierre, plantear y compartir a modo de síntesis el principal aprendizaje.

El futuro ya es pasado. Cuando uno está en el mar y viene inevitablemente una racha de olas grandes, tenemos tres opciones. Nadar o correr hacia la orilla y escapar al revolcón. La otra alternativa es adelantarnos y meternos mar adentro, para pasar las olas grandes si estamos a tiempo por arriba o si es inminente que revienten por abajo. Lo único que no debemos hacer nunca es quedarnos paralizados en el medio. Es la peor alternativa y decisión. Con la transformación digital pasa lo mismo. Podemos intentar negarla, huir, correr y como los avestruces enterrar la cabeza, pero seguramente seremos sustituidos. Caso contrario podemos como un buen surfista ir a la ola para correrla. Además es más divertido.

De otro lado, este entorno actual es pródigo en nuevas oportunidades. Por lo que la clave para aprovecharlas es abrazarla, ir tras ellas sin miedo y con decisión. Es tomar el asiento de conductor y manejar como varios en el panel recomendaban tu propia transformación.

Por tanto, la transformación digital no es un tema de tecnología o del departamento de TI. Es un asunto del CEO y su equipo que tiene una pregunta clave por resolver. La sostenibilidad de su modelo de negocio actual y partir de allí construir su propio futuro. Estamos ante una nueva frontera a la espera de los pioneros. Ojalá muchas empresas peruanas se transformen para cerrar brechas con países más desarrollados, formalizar e incluir más ciudadanos y dar una mejor vida a todos.

* Artículo publicado en la Revista G de Gestión en el Panel G sobre Transformación Digital. Abril, 2018.



Guillermo Quiroga

Guillermo Quiroga
Director Escuela de Postgrado en...

Follow

0 comments

[Sign in](#) to leave your comment

Más de Guillermo Quiroga [24 artículos](#)

La innovación es proceso y no magia *

[La innovación es proceso y](#)

El mejor amigo del hombre: La inteligencia artificial *

[El mejor amigo del hombre:](#)

Gestión de Crisis: Aprender en cabeza

[Gestión de Crisis:](#)