

TECNOLOGÍA

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

BIG DATA EN LOS NEGOCIOS

Las TI tienen un propósito estratégico e integrador que convierte las necesidades operativas en eficiencias.



Por Patricia Wissar,
VICEPRESIDENTA
DE TECNOLOGÍA
DE RANSA

Las empresas de vanguardia han migrado a un modelo de gestión centrado en el cliente. Consecuentemente, la innovación forma parte de su nuevo ADN, y la tecnología es una herramienta clave al servicio del valor hacia el cliente.

Los avances en sistematización capturan grandes cantidades de datos que les permiten predecir y planificar sus estrategias a partir de las necesidades del mercado, y transformar data en información integrada para una oportuna toma de decisiones.

Los procesos ahora son automatizados, lo cual hace posible que la información se centralice y procese en distintos sistemas de forma integrada al abrir campo para un nuevo rol de ejecutivos enfocados en agregar valor con inmediatez para lograr el éxito de las organizaciones en el mercado. La ruta es cultura, procesos y tecnología, gestionada por el talento de quienes comulgan con sus objetivos y propósito, y suman en la construcción del futuro de la compañía y la identificación de sus líderes.

La tecnología es una herramienta poderosa al servicio de la innovación. Por eso, las empresas de vanguardia han realizado importantes avances en sistematización para capturar datos que les permitan predecir y planificar sus estrategias a partir de las necesidades de los clientes.

Todo parte de una mejora sustancial de los procesos, desde los más básicos como la automatización de la gestión financiera, facturación, compras y control, hasta otros más complejos vinculados con la operación, los recursos humanos, las comunicaciones y la labor comercial. En estas fases, la tecnología resuelve las necesidades del negocio a través de eficiencias en términos de agilidad y flexibilidad.

La digitalización con sistemas como el internet de las cosas, la robotización y la implementación de la inteligencia artificial tiene un papel importante en la optimiza-

ción y la reducción de costos de las cadenas de suministro. Esto es posible con soluciones y utillajes adaptables para operaciones sencillas, que abarcan la gestión de almacenaje e inventarios, desde industrias de granel hasta otras que requieren una logística más especializada y la trazabilidad de la mercadería en todo el proceso de transporte y distribución para sectores como el de retail.

Ante escenarios donde la competitividad es la clave, la función de las áreas de tecnologías de la información (TI) no es menor. Uno de sus propósitos principales es ser un business partner de cada línea de negocio para definir cómo la tecnología puede ser útil en sus procesos funcionales y satisfacer sus necesidades.

Otro objetivo es fortalecer la capacidad para innovar y obtener avances importantes en la eficiencia y la efectividad de la organización.

Ambos frentes dan como resultado la simplificación de arquitecturas en sistemas integrados que brindan data de valor y de primera mano a colaboradores, lo que se traduce en un mejor entendimiento y servicio hacia clientes.

Este rol estratégico desde la dirección de las TI puede valerse de metodologías ágiles como el design thinking, en espacios colaborativos para gestión de innovación; y scrum, que permite desarrollar proyectos complejos y cambiantes a través de bloques con distintas etapas.

Todo esto se desarrolla de la mano de equipos multidisciplinarios. El desafío a largo plazo es mantener la competitividad con arquitecturas, procesos y metodologías ágiles que se sustenten en la explotación y la disponibilidad de la información, junto con la eficiencia operativa y de costos y un modelo de gobierno de ciberseguridad escalable y flexible para acompañar el crecimiento. En esta nueva era del big data y la automatización, las TI tienen un propósito estratégico e integrador que convierte las necesidades operativas en eficiencias y articula a los equipos para cocrear soluciones exitosas con la incorporación de la tecnología. Próximamente, estas mismas sinergias se harán directamente con los clientes y esta será la forma más inteligente de transformar sus negocios.

El desafío a largo plazo es mantener la competitividad con arquitecturas, procesos y metodologías ágiles que se basen en la explotación y la disponibilidad de información.