

Digitalización, clave para la internacionalización de las empresas



En los últimos dos años, las empresas han realizado con mayor rapidez una nueva adopción tecnológica derivado a los retos que ha traído la pandemia.

A pesar de esa aceleración, las empresas han percibido mayor eficiencia, productividad e innovación y así cumplir sus objetivos de negocio.

Es así, como entra en juego la “[digitalización](#) empresarial”, la cual es un proceso de sustitución tecnológica, representada por la computación en la nube, inteligencia artificial, aprendizaje automático e Internet de las cosas, big data, entre otras herramientas que permiten la transformación en los modelos de negocio y generando un valor diferenciado de su competencia.

Pero no solo es adquirir las nuevas tecnologías, sino que conlleva emplearlas para mejorar su productividad y cambio de cultura y sustituir procesos manuales.

La disrupción es la clave par añadir valor a sus productos y servicios

Este proceso, no solo es trasladar la documentación en la nube para tener acceso al instante y eliminar archivos físicos. Por ejemplo, los sistemas de facturación se han trasladado a la facturación electrónica con el fin de mejorar el sistema de cobros, integrarlo a sus medios de pago y generar ahorros considerables en papel y gastos de distribución.

El mismo lleva, contar con un equipo gestor que identifique las oportunidades y obstáculos al digitalizar sus procesos internos y externos.

Gracias a las herramientas y aplicaciones de mensajería y videoconferencia, es posible contactar con socios, proveedores y clientes en cualquier momento del día, independientemente del lugar en el que se encuentren.

Según DT Index 2020, la pandemia ha hecho que el 80% de las empresas acelere sus procesos de transformación digital.

Estudios publicados por Forbes estiman que las ventas mundiales de comercio electrónico al por menor superarán los 2,7 billones de dólares en 2021, y se espera que alcancen los 3,4 billones en 2025.

Por estas razones, adaptarse a las tendencias digitales actualmente es vital para ser competitivos, ya que la reputación digital impacta y puede ayudar o perjudicar mucho la imagen de una marca.

[Google](#) procesa más de 80.000 consultas de búsqueda por segundo. La cifra representa más de 5 mil millones de búsquedas diarias y 1.8 billones de búsquedas anuales.

Principales ventajas de la digitalización

Las empresas que no digitalizan sus procesos internos, además de no poder gestionar la cantidad de información, corren el riesgo que los datos sensibles queden expuestos o se pierdan entre tantos papeles. Por no hablar de que la localización de información importante llevará más tiempo del necesario.

- Reducción de costos: la empresa se vuelve más ajustada, ágil y centrada en lo que hay que hacer. Así, se evitan los gastos con errores y fallos, así como los gastos no

estratégicos. Por lo tanto, es posible construir una empresa más rentable.

- Flexibilidad en el trabajo: con la digitalización, la flexibilidad para realizar tareas es mayor. Los conceptos de trabajo a distancia y equipos globales se hacen realidad. Las tareas diarias se realizan a través de Internet y todas las herramientas y softwares están disponibles en línea.
- Optimización de tareas: durante mucho tiempo, el trabajo fue completamente manual, largo y agotador. Con los avances tecnológicos, las tareas repetitivas pueden ahora optimizarse e incluso automatizarse, lo que permite a los directivos y a los equipos ganar agilidad en su trabajo y dedicarse a las actividades que requieren más atención.
- Alto enfoque estratégico: muchas de las tareas operativas repetitivas y burocráticas pueden dejarse en manos de la tecnología y el profesional puede dedicarse a las tareas más estratégicas y decisivas. Para los talentos, esto proporciona más calidad de vida, un sentido de propósito y un enfoque en lo que es importante. Para la empresa, promueve una mayor orientación estratégica, calidad en las rutinas operativas y alineación de la plantilla.
- Mayor seguridad de los datos: la información interna y de los clientes puede almacenarse en bases de datos protegidas por una codificación de máxima seguridad. De este modo, la información confidencial es menos susceptible de perderse o filtrarse y los datos específicos se encuentran fácilmente.

La potenciación tecnológica ha hecho que el 92% de las empresas reinventen sus modelos de negocio. De ellos, el 95% dice estar orgulloso de los nuevos cambios realizados, según datos de la [Agenda 2021](#).

¿Cómo digitalizar su empresa?

[Ekomercio](#), sitio internacional en transformación digital empresarial detalla los 10 puntos que deben considerar las empresas para ser más digitalizadas.

• **Evaluar la situación de la empresa**

Para empezar un proceso hacia lo digital se necesita determinar un punto de partida, analizando cómo funciona la organización en todos los aspectos para encontrar las áreas que se podrían optimizar.

• **Priorizar la digitalización**

Se debe dedicar recursos y tiempo necesario para llevar a cabo el plan.

• **Conseguir el apoyo de la dirección**

La dirección debe de estar al tanto de esta transformación para que el proceso se desarrolle adecuadamente, sobre todo para que se puedan conseguir los recursos necesarios. Debe elegirse a un líder que sepa adaptarse a los cambios y tenga experiencia en la gestión entre departamentos para que asuma el papel de guía.

• **Capacitar a un equipo**

Es importante tener a las personas adecuadas para llevar a cabo el proceso, por lo que se debe realizar un análisis de los empleados con los que se cuentan para identificar a los que mejor se adapten al proyecto.

• **Segmentar**

La segmentación es muy importante debido a que debemos de tener muy claro a quién o a quiénes nos dirigimos con el fin de ofrecerles una solución hecha a su medida. Para esto, se debe de realizar una investigación a profundidad sobre gustos, características e intereses de los clientes.

• **Entender y optimizar la experiencia del cliente**

El cliente es la prioridad para poder lograr la digitalización. Cuando ya se cuente con todos los recursos, personas y plan para desarrollar el proceso, se debe de poner manos a la obra, todo enfocado a mejorar la experiencia del cliente, preguntándose ¿qué hace mi cliente de manera digital?, y de esta manera, la respuesta podrá orientar que cambios se deben de hacer para mejorar su interacción con la empresa.

• **Definir lo canales a utilizar**

Una vez que ya se tenga un entendimiento del cliente, se deben de escoger los canales que se utilizarán para llegar a ellos, dependiendo de sus características y de manera que se ofrezca un servicio multicanal.

• **Diferenciarse**

Lo mejor es alejarse de la competencia que se basa en precios, si el producto o servicio y la industria lo permite, lo recomendable es utilizar la diferenciación como propuesta de valor, lo cual ayudará a mejorar la experiencia del cliente, por lo tanto, a que prefieran la marca.

• **Establecer acciones a nivel interno**

Una vez que se tiene el entendimiento del cliente y los canales adecuados, es necesario realizar la estrategia digital utilizando el análisis de datos para elegir las herramientas que se usarán.

• **Conseguir socios digitales**

Esta última puede no ser necesaria en todos los casos pero ciertamente es de gran ayuda desarrollar una cultura de colaboración, al conseguir alianzas estratégicas.

Mayor eficiencia de los empleados al no tener que desplazarse y perder tiempo en la búsqueda de algún documento determinado.