

El foro rEvolución de la Economía Digital, organizado por TigoUne el 6 de diciembre en Bogotá, reunió a estudiantes, profesionales y empresarios para conversar sobre los retos que tienen las empresas para sobresalir en tiempos de disrupción. Las compañías, sin importar la industria, deben responder la pregunta ¿cómo hacerle más fácil la vida a cada cliente? Innovación y confianza en los colaboradores son las principales claves para que las empresas puedan sobrevivir a la revolución digital se está época.

En los últimos cinco años las palabras revolución digital se han convertido en una especie de fantasma que persigue y asusta a casi todas las industrias productivas. Los cambios constantes y la imparable evolución tecnológica modificaron para siempre la forma de hacer negocios y de relacionarse con los consumidores.

Paradójicamente, las principales conclusiones del foro rEvolución de la Economía Digital, organizado por TigoUne con el apoyo de Cintel y la Universidad Sergio Arboleda, entregó conclusiones más humanas y menos tecnológicas a las disyuntivas que enfrentan actualmente todos los sectores.

En medio del frenesí, y acaso de la incertidumbre, las empresas se enfrentan al reto de adaptarse en el menor tiempo posible a un contexto convulsionado y sobre todo disruptivo.

En su presentación, Marcelo Cataldo, presidente de TigoUne, señaló de forma contundente que "el que cambió fue el cliente. Y somos nosotros, las empresas, las que debemos adaptar nuestras ideas, nuestras tecnologías y nuestras innovaciones a las necesidades de cada consumidor. Todo en tiempo real".

Por su parte, Jeff Noel, quien fuera el Director Administrativo de Disney Company por más de 30 años, destacó el rol que deben tener los líderes para promover la disrupción en todas las áreas de la empresa. "¿Creen que las mejores ideas vienen de los gerentes?", se preguntó. "Las mejores ideas vienen de la primera línea de colaboradores. Los líderes están para potenciar esas ideas".

Así mismo, Ben Towers, el joven que con solo 20 años dinamizó el mercado del marketing digital en el Reino Unido, insistió en la importancia de "innovar para mejorar la experiencia de cada consumidor. Ese es el único camino que existe para mantenerse vigente en el mercado".

Estas son las tres principales lecciones para las empresas que quedaron del foro rEvolución de la Economía Digital:

### **1. Primero la persona, después la tecnología**

La Economía Digital no es una cuestión de servidores o software. Es una cuestión de hacerle más fácil la vida a las personas utilizando la tecnología. Por esto, antes de invertir tiempo y dinero en desarrollos, hay que entender lo que necesita el cliente y cómo se puede solucionar.

### **2. Los datos son valiosos... en tiempo real**

Tecnologías maduras como el Big Data son relevantes siempre y cuando ayuden a tomar decisiones lo antes posible. Las inversiones no solo deben quedar en la recolección de información, también hay que destinar esfuerzos en el análisis, la personalización y la ejecución de esos datos.

### **3. Innovar no es cambiar el mundo**

El concepto de innovar se está relacionando con ideas que cambien el negocio o creen una nueva disrupción. La innovación, en el día a día, es mejorar hasta en los más mínimos procesos para optimizar el servicio o producto que se le presta a cada cliente.