

Tecnología y comunicaciones después de la pandemia



No cabe duda de que muchos de los cambios que ha traído esta crisis van a cambiar de forma permanente la forma en que nos relacionamos entre nosotros y con las empresas y organizaciones que nos suministran productos y servicios.

Borja Foncillas @borja_foncillas | Consejero delegado de Afi y socio director del área de Soluciones Digitales

Circula por Internet un meme que dice: ¿Quién ha liderado la transformación digital de tu compañía? La respuesta correcta es «COVID-19», en lugar de CEO o CTO. Algunos otros memes reclaman un aplauso para los informáticos que configuraron VPN y conexiones remotas a un ritmo frenético durante el inicio de la pandemia. Bromas aparte, es evidente que la mayor parte de las empresas han hecho de la necesidad virtud y han acelerado de forma drástica la puesta en marcha de soluciones de teletrabajo y acceso remoto a sus recursos tecnológicos.

No cabe duda: **las soluciones tecnológicas que más han brillado durante la pandemia son las relacionadas con comunicaciones unificadas y videoconferencia.**

Mención especial merece Zoom, cuyo número de usuarios diarios pasó en apenas tres meses de 10 a 200 millones (el valor de su acción en bolsa creció en ese mismo

periodo de 70 a 160 dólares), si bien esta base de usuarios es mucho más reducida que la de soluciones como Google Suite, con más de 2.000 millones de cuentas.

La pandemia no solo ha servido para que las empresas desempolven y actualicen sus planes de contingencia y den acceso remoto a sus empleados. También han supuesto un **cambio en la cultura de muchas empresas**, que se plantean conservar parte de los beneficios del teletrabajo una vez finalizada la crisis. El ministro de Trabajo de Alemania, Hubertus Heil, declaraba recientemente que desde su cartera se está trabajando en una legislación que permita a los empleados el teletrabajo una vez haya pasado la actual crisis sanitaria.

Junto con las empresas de soluciones de comunicación, se han beneficiado muchas otras, como las relacionadas con el manejo masivo de datos,

Who led the digital transformation of your company?

A) CEO

B) CTO

C) COVID-19

[Twitter]

¿Quién ha liderado la transformación digital de su empresa?

virtualización de software, ciberseguridad, inteligencia artificial, SaaS en cualquier ámbito y, en general, todas aquellas compañías que basan su modelo de negocio en la provisión de bienes no físicos, fuertemente apalancados en tecnología. Entre las empresas fuertemente digitalizadas que ofrecen bienes y servicios físicos el comportamiento ha sido muy desigual, dependiendo de la naturaleza de dichos bienes. El ejemplo más destacado en este último grupo es Amazon, con una subida en valor bursátil del 40% desde que comenzasen los confinamientos en occidente hasta la publicación de este artículo.

La crisis no sólo ha tenido un efecto positivo en la digitalización de las empresas. También ha supuesto un **gran impulso en la alfabetización digital de nuestra población**, especialmente en aquellos colectivos que más se resistían a ella y que coinciden hoy con los grupos de mayor riesgo sanitario. Este aumento en alfabetización digital, que pasa desde la utilización de soluciones digitales de comunicación hasta el uso de medios de pago virtual y comercio electrónico, supone sin duda un avance que permanecerá en nuestra sociedad con posterioridad a esta situación.

Además del impacto en la utilización de la tecnología, esta crisis está suponiendo un **cambio de percepción sobre valores y derechos fuertemente arraigados en nuestra sociedad**. En España, hemos asistido a una pérdida casi instantánea del derecho a la libre circulación de las personas, como contrapartida para un beneficio mayor: la contención de la pandemia. En otras sociedades (y culturas), se han reducido los derechos (o garantías) de privacidad para identificar, caso por caso, a aquellos individuos con mayor riesgo de contagio que, puestos en aislamiento, podrían contribuir a la lucha contra la extensión de la epidemia. La visión cada vez más negativa y suspicaz sobre el papel de los gigantes de la tecnología en nuestra sociedad (la denominada

«techlash») se ha suavizado en gran medida a partir de su contribución más o menos altruista para mejorar nuestras condiciones de vida durante el aislamiento.

No cabe duda de que muchos de **los cambios que ha traído esta crisis van a cambiar de forma permanente la forma en que nos relacionamos** entre nosotros y con las empresas y organizaciones que nos suministran productos y servicios. Necesariamente, las áreas de comunicación y marketing digital van a subir un escalón en su relevancia dentro de nuestras organizaciones, independientemente del sector o audiencia a que nos dirijamos.

En el lado negativo de esta situación, en lo referido al ámbito digital, se encuentran muchas *startups* y modelos de negocio que, apostando a escala, no disponen de recursos y músculo financiero para soportar una pausa de tan larga duración. Muchas de ellas (y, desafortunadamente, mucha de la riqueza que habrían generado en el futuro) van a desaparecer o, en el mejor de los casos, diluirse en organizaciones mayores.

Otra realidad que esta situación ha evidenciado es la gran **diferencia existente entre nuestras instituciones públicas y privadas a la hora de transitar de forma ágil de la atención física a la atención virtual**. A la salida de esta crisis deberíamos hacer un examen de conciencia que nos permitiera aprovechar en mucha mayor medida los recursos públicos disponibles para contar con una administración y servicios públicos electrónicos mucho más ágiles, versátiles y orientados al cliente/ciudadano, ayudando a eliminar cuellos de botella, burocratización de procesos e ineficacia de los servicios.

Por último, la velocidad a la que muchas empresas nos hemos adaptado a esta nueva realidad va a acarrear riesgos e inconvenientes que deberemos gestionar. **Los riesgos de ciberseguridad son los más evidentes** cuando los cambios tecnológicos se han adoptado por vía de emergencia y, cuanto antes, las empresas han de revisar si sus planes de seguridad se adaptan a la nueva configuración de sus equipos y redes de comunicaciones. Por otra parte, aunque la adaptación de muchas empresas al teletrabajo sugiere grandes beneficios en términos de eficiencia y conciliación, es muy difícil (y controvertido) conocer el impacto que, a largo plazo, estos modelos de relación tendrán sobre la generación de innovación, comunicación, gestión emocional y transmisión de cultura de nuestras organizaciones ::