



innovar + colaborar = Transformar



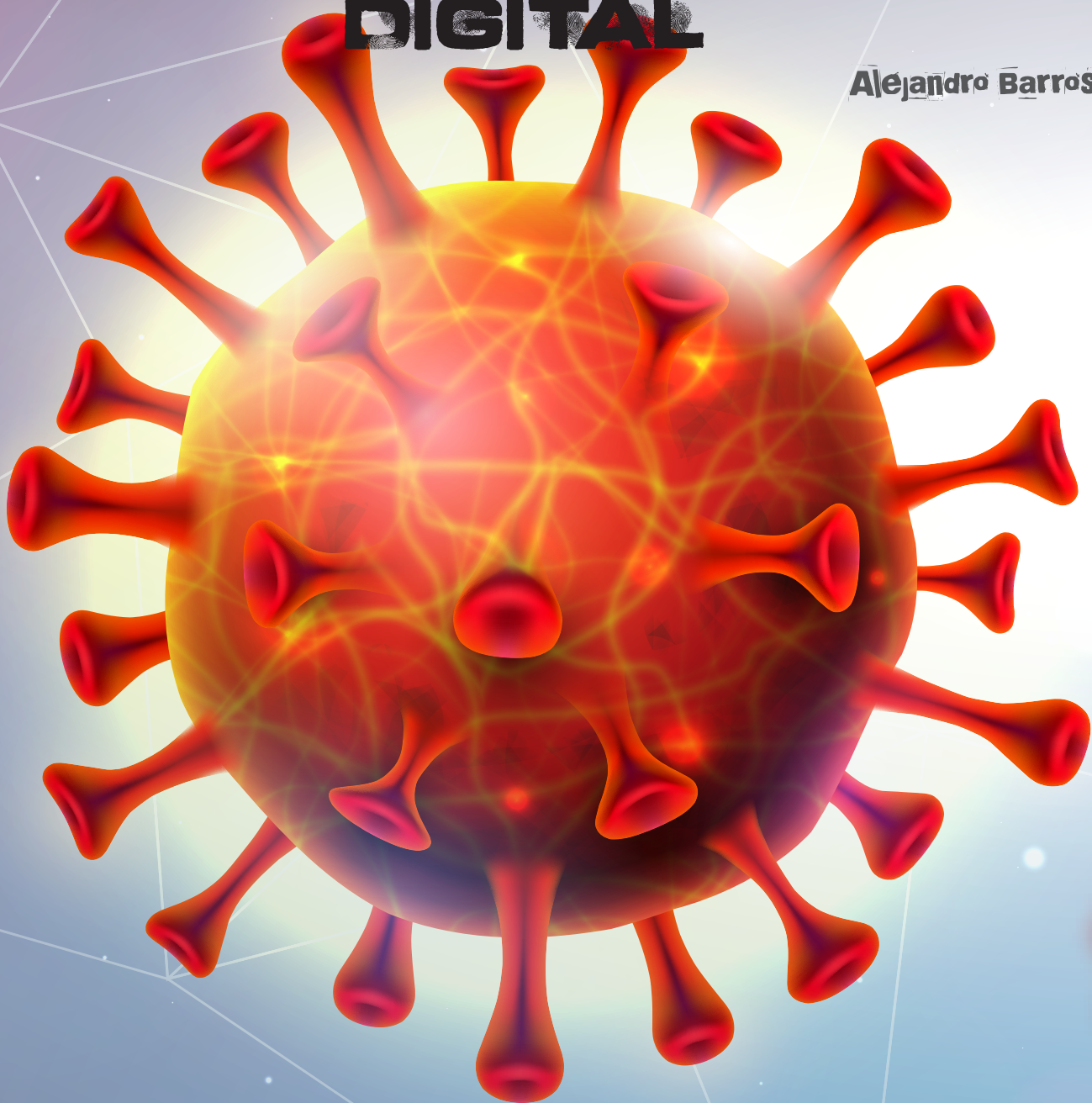
COVID-19, el inesperado aliado de la Transformación Digital

**Ranking de
Portales Estatales
de Salud 2020**
La respuesta ante la
contingencia

**¿Combatir la pandemia
o garantizar la privacidad?**

PANDEMIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Alejandro Barros



Nos encontramos en una pandemia que ya lleva la lamentable cifra de más de 250,000 defunciones y tiene a más de 2,500 millones de personas en cuarentena, lo que ha significado establecer nuevas formas de trabajar, educarse, entretenerse y desarrollar actividades sociales. Todas estas actividades ahora están siendo mediadas por plataformas digitales.

Desde hace algunos años venimos escuchando el concepto de Transformación Digital, el cual solía estar circunscrito al ámbito empresarial y al Estado. Sin embargo, este proceso se ha dado, casi de manera obligatoria, durante la cuarentena de carácter masivo y, más allá de todos los aspectos nefastos de esta pandemia, un aspecto positivo es que se ha constituido como una fuente de aceleración del desarrollo digital en el mundo.

Lo anterior ha implicado una mayor utilización del conjunto de servicios de los que disponemos en modalidad digital. El desarrollo de las actividades online, antes utilizadas en ciertos sectores muy acotados de nuestro quehacer, actualmente son empleados de manera

masiva. Hoy, todas nuestras interacciones familiares, comerciales y laborales deben realizarse por esta vía, y los argumentos que existían para limitar su uso ya no son válidos o, al menos, nos empujan a mover las restricciones autoimpuestas hace no mucho.

Se abre un conjunto de interrogantes: ¿es necesario mantener las oficinas físicas si hemos demostrado que varias actividades pueden realizarse de manera remota? ¿Será indispensable llevar reuniones presenciales o podremos transitar hacia el modelo remoto?

En cuanto a los servicios tecnológicos, tienen hoy una fuerte presión por entregar servicios más seguros, de mayor calidad y, sobre todo, escalables. Todo esto se ha hecho realidad en cuestión de pocas semanas; procesos que antes tardaban años han evolucionado exponencialmente.

Al respecto, destaca un reciente estudio de la consultora IDC en Asia, específicamente en China, el cual cuestionó a Gerentes de Experiencia Usuaria (CXO) del sector industrial respecto al impacto del COVID-19.

LOS EFECTOS DEL COVID-19 EN LAS ORGANIZACIONES

Negativos

Disminución significativa de ventas

Imposibilidad de visitar clientes

Dificultades para producir

Positivos

Mejora de la capacidad de trabajo colaborativo en forma remota

Amplio reconocimiento del valor de la Transformación Digital y las TIC

Optimización de las capacidades de marketing y desarrollo de negocios en línea

Fuente: IDC en Asia

Asimismo, el estudio muestra que el 65% de los usuarios del sector industrial ha formulado planes para trabajar desde casa, mientras que el 20% planea implementar el teletrabajo. Para los encuestados, existen tres principales desafíos de trabajar desde casa:

1. Las empresas no han formado una cultura de trabajo colaborativo a larga distancia.
2. Existen preocupaciones sobre la fuerte disminución en la eficiencia.
3. La falta de experiencias similares a las cuales recurrir como referencia.

De esta manera, queda demostrado que la digitalización llegó, pero la pregunta del millón es: ¿podremos movernos hacia una Transformación Digital? Es decir, que no sólo sea para mediar nuestros procesos usando tecnologías, sino para repensar la forma de trabajar e interactuar. Para ello, hay que tener algunos desafíos presentes relacionados con la experiencia usuaria, la seguridad y la escalabilidad de las soluciones que implementamos, las cuales, sin duda, se han visto afectadas durante la pandemia.

Experiencia usuaria

Probablemente el atributo más difícil de introducir es una adecuada usabilidad y experiencia del usuario, ya que, cuando tenemos servicios en los cuales pasamos de un esquema basado en omnicanalidad a la prestación del servicio monocanal, se requiere que éstos sean fáciles de utilizar por todos, sin importar si cuentan con altos niveles de alfabetización digital o no. Lo anterior impone exigencias en

términos de simplificar el uso de esas interacciones porque, hasta antes de la cuarentena, siempre existía la posibilidad de usar el canal presencial y es aquí donde la brecha digital abre un mundo de posibilidades.

En algunas industrias, el desarrollo del canal digital ha sido tomado muy en serio, además de trabajado previamente. Así pues, las empresas han destinado muchos recursos a simplificar sus sitios web y las interacciones que por ese medio se realizan. Tal es el caso de bancos e instituciones financieras, compañías de seguros, algunos retails y líneas aéreas, por mencionar algunos sectores.

Por lo tanto, es importante resaltar que la experiencia usuaria es vital, pues en la medida en que contemos con mejores sitios web, simples de usar y con un lenguaje claro, la tasa de éxito de uso será mayor.



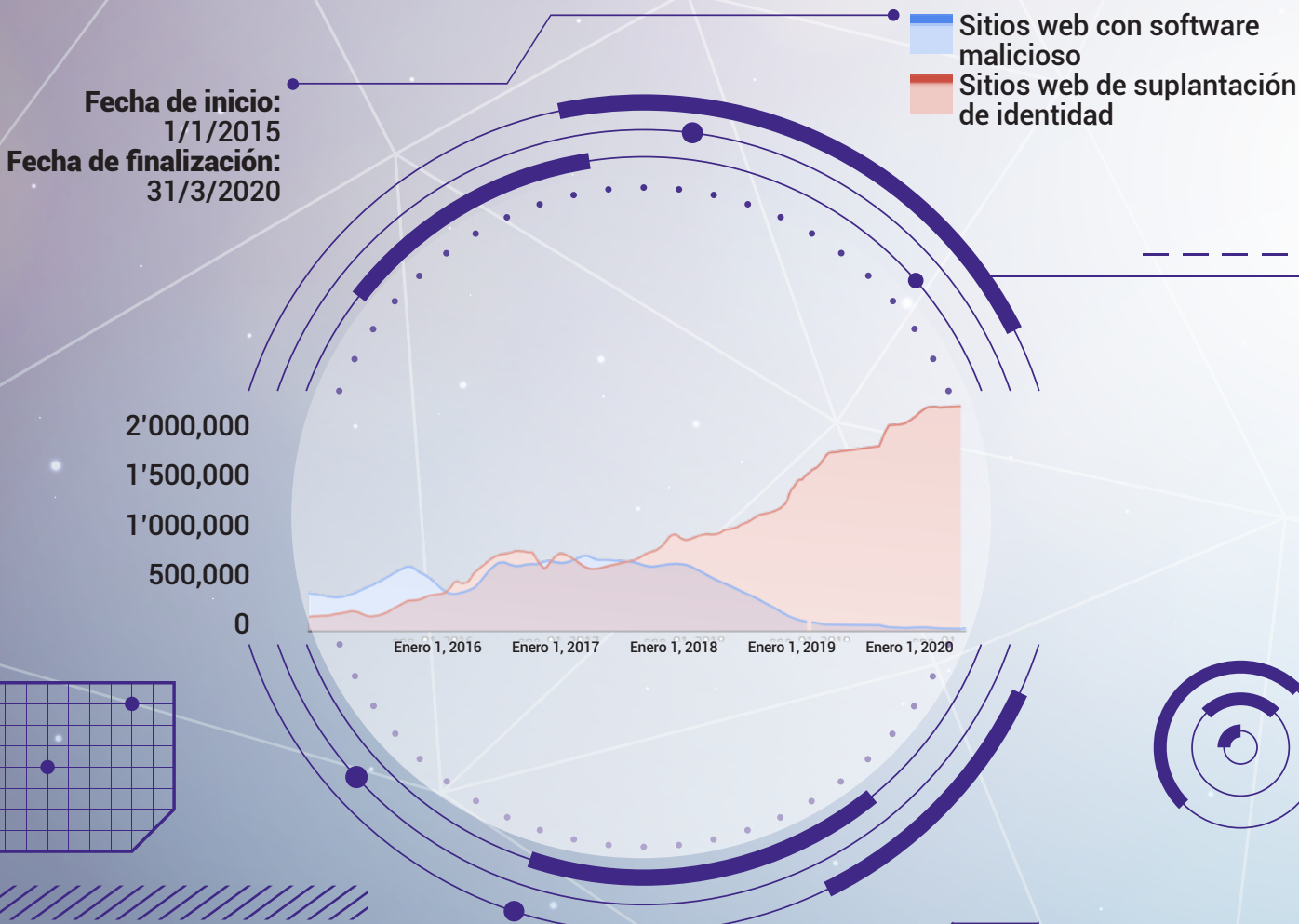
Seguridad

Otro elemento que ha marcado la discusión en estos días es el de los riesgos asociados a la seguridad. Probablemente el ejemplo más difundido en la prensa sea el caso de la plataforma de videoconferencias Zoom, análisis sesgado hasta que ICANN, la principal organización de gobernanza de internet a nivel mundial, le puso “paños fríos”. Considero

que una buena guía para el uso correcto de las herramientas de internet es el informe de respuestas ante incidentes de seguridad de Computer Security Incident Response Team (CSIRT) de Chile.

Sin embargo, quizás el problema más importante de seguridad al que hoy nos enfrentamos sea el de suplantación de identidad. Para ilustrarlo, este es un análisis que hace Google desde enero de 2015 hasta marzo de 2020.

SUPLANTACIÓN DE IDENTIDAD EN SITIOS WEB



Fuente: Google

Algunos hablan de un incremento del 350% en este período, situación que no sólo plantea desafíos para las empresas, sino también para los usuarios. Así pues, contar con algunos mecanismos de protección adicional, tales como antivirus y antimalware, así como revisar la seguridad de las redes inalámbricas de sus casas (incluyendo claves robustas para conectarse a ellas), se convierte en una necesidad primordial.

Escalabilidad

Finalmente, otro de los frentes que plantea retos es el vinculado al crecimiento exponencial de usuarios en un período muy corto de tiempo, lo cual ha presentado algunas dificultades en diferentes servicios, ya que todas las estimaciones de crecimiento de demanda dejaron de ser válidas. Múltiples servicios son demandados más que nunca, por ejemplo:

1. Videoconferencia

A finales de diciembre del año pasado, el número máximo de participantes en reuniones diarias, tanto gratuitas como pagadas, era de aproximadamente 10 millones. En marzo de este año alcanzamos más de 200 millones.

2. Soporte remoto

Ante la crisis mundial, las empresas deberán ampliar la capacidad de autoservicio y ventas digitales, pues se enfrentarán a una oleada de preguntas de clientes, pedidos e incluso cancelaciones.

3. Entretenimiento

Las acciones de Netflix, por ejemplo, subieron un 3.2% durante la pandemia y hoy se posiciona por encima de Disney.

Como podemos observar, la pandemia ha empujado fuertemente el desarrollo de los servicios online, proceso que anteriormente tomaba años. Hoy, la Transformación Digital es una obligación, pero también una oportunidad que no podemos dejar pasar. 🌐



Alejandro Barros

Presidente Ejecutivo de enable y Académico Asociado del Centro de Sistemas Públicos de la Universidad de Chile. Ha sido consultor de organismos internacionales como el Banco Mundial, BID, PNUD y CAF, así como de varios gobiernos y empresas en América Latina y África. Autor del libro *Polis Digital*, dedicado a políticas públicas de desarrollo digital.