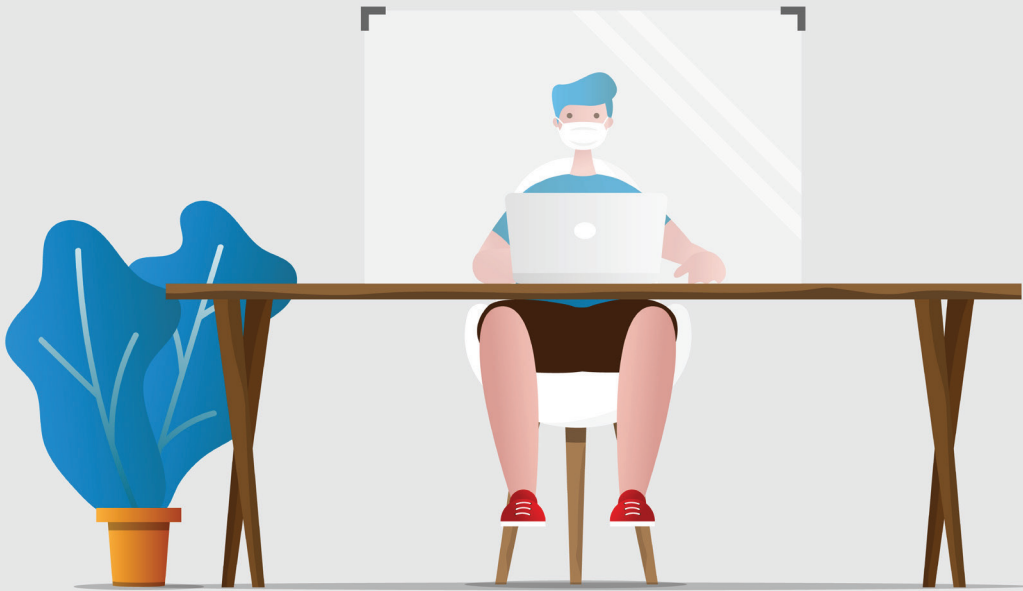


"¿NOS KODAKIZAMOS O NOS UBERIZAMOS?"



El "management", como nunca antes, ha estado sometido recientemente a un estado de incertidumbre extrema sin precedentes. A esto sumamos la urgencia de la transformación de los modelos de negocios, la transformación digital, el impacto cultural y un cliente hiper comunicado, que ha acelerado su propio proceso de transformación gracias a un mundo ya no global, si no glocal. En nuestra práctica de consultoría y en nuestro ejercicio académico orientado a altos directivos, hemos notado como esta urgencia de transformación se ha acelerado como consecuencia de la pandemia y de los nuevos retos. Observamos como algunos, que ya habían iniciado su proyecto

de transformación, pudieron montarse en esta "ola" y navegar los mares de la incertidumbre, con potencial para salir aún más fortalecidos de este evento de impacto mundial. Otros, menos creyentes o que siendo creyentes habían pospuesto esta idea "para cuando estemos preparados", han tenido que acelerar el proceso o se encuentran todavía aturdidos, sin saber por dónde iniciar. Sin embargo, aún son posibles las buenas noticias, porque siempre hay algo bueno y rescatable de toda experiencia de impacto. En este caso, el Covid19 ha fungido como un agente de cambio y un acelerador de transformación, justo en el lugar donde debe iniciar ésta: en la mente del ser, ya sea directivo o cliente, pero siempre en la sociedad misma.

Somos creyentes, y hemos venido evangelizando en consecuencia, de que la primera gran conquista para un empresario, directivo o emprendedor es su mente, siempre que desee mantener una propuesta de valor acorde a las expectativas del cliente actual, bien sea el cliente 2.0 o el cliente post covid.

Nuestra propuesta de transformación digital inicia allí, en la mente, para impactar la cultura, de ahí los procesos, con una buena estrategia Cliente Céntrica y por último, las herramientas. Esto es lo que llamamos transformación digital integral del Back, Mid y Front.

Cuando se inicia por las herramientas, sin una cultura transformada y lista para abrazarlas y sin un conocimiento profundo del nuevo cliente, colocado en el centro de la reformulación o potenciación del modelo de negocio, la tasa de acierto se reduce y producimos frustración, perdemos recursos y hasta talento clave para la organización.

Nuestra invitación, hoy, es a transformarnos. Nuestras empresas lo necesitan, nuestros sectores por igual y nuestro país y su sostenibilidad depende de ello. De lo contrario, podemos convertirnos en los Kodak de su época en lugar de erigirnos en los UBERs de la nuestra ¿Entonces? ¿Nos Kodakizamos o nos uberizamos?



SOBRE LA AUTORA...

KARIL TAVERAS CAPUTO:

- CHIEF EXECUTIVE LEADER DE IDEOX
- DIRECTORA ACADÉMICA PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL, CULTURAL, ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONAL INTEC E IDEOX,
- MIEMBRO DE CLAUSTRO ACADÉMICO PARA PROGRAMAS DE EXECUTIVE EDUCATION