

Qué necesita la industria de las telecomunicaciones para enfrentar la llamada nueva normalidad

El impacto de la presencia del COVID 19 en la industria de las telecomunicaciones ha tenido diversas aristas: las industrias han entrado en una **fase de reconfiguración** en todos sus esquemas, servicios, productos y maneras de atención a sus clientes. Esquemas que han experimentado un cambio radical e inesperado.

En el caso de las telecomunicaciones **no hay excepción**. Las demandas en el consumo de datos, contenidos, comunicación continua, streaming, cine en casa, e incluso en el mundo del gaming, han orillado a los proveedores de servicios a modificar planes de datos más asequibles e ilimitados con opciones de pago retrasados o fragmentados.

Este esquema siempre perseguirá una negociación ganar-ganar, donde, por un lado, los proveedores de servicios **demuestren sensibilidad por la situación ante sus clientes**; y por otro, los clientes tengan una verdadera experiencia de marca al saber que su prestador de servicio tiene un total interés por retenerlos.

Todo este nuevo esquema hace que las empresas de telecomunicaciones estén preparadas para esta nueva normalidad y para cambios estructurales venideros que el futuro pueda traer consigo. Es entonces, donde plataformas como **Business 4.0** se convierten en herramientas cruciales para garantizar la flexibilidad y adaptabilidad operativa y de servicio de una empresa que quiera sobrevivir ante cualquier eventualidad.

Las condiciones en las que debe centrarse la industria de telecomunicaciones, según consultoras como TCS México (uno de los mayores promotores de Business 4.0 en el país), son:

- Creación de **procesos automatizados** basados en inteligencia artificial (IA) y capacidades de soluciones inmediatas que incluyan diagnósticos, supervisión de servicio, interfaces de chat para prontas respuestas, productos y servicios habilitados para aplicaciones de todo tipo.
- Adoptar procesos centrados en el propósito de continuar impulsando el **compromiso proactivo** y predictivo sin la necesidad de un contacto físico con el cliente.
- Oferta de capacidades para administrar una **fuerza laboral** distribuida equitativamente, automatización de operaciones y proporcionar soluciones de conectividad extendida y efectiva.
- Aprovechar el **valor de la marca** ganado durante los inicios de la pandemia para convertirse en protagonista de los nuevos ecosistemas creados en su industria.
- Accesos desde cualquier parte del mundo a través de una **nube ilimitada de información**.
- Oferta de servicios y productos adicionales necesarios para sus clientes domésticos, públicos y privados como: **sistemas de vigilancia y seguridad digital** cada vez más

robustos, enfoque en atención a personas vulnerables o de edad adulta, servicios de salud o primeros auxilios inteligentes, plataformas de interacción y aprendizaje remoto, infraestructura para las ciudades inteligentes que vendrán acompañadas de la nueva tecnología 5G, entre otras.

- Plataformas con **interfaces sencillas** de utilizar y cada vez más intuitivas.

Con estos elementos, las empresas de la industria de telecomunicaciones no solo estarán preparadas para esta nueva configuración de negocio, sino que también tendrán los elementos diferenciadores para tomar o recuperar su liderazgo, sin importar las reconfiguraciones que el futuro exige cada vez más en su mercado.