

# La nueva forma de hacer negocios: variedad, personalización y competitividad

Hoy en día, los modelos de negocio incorporan algunos factores que hasta hace un par de décadas no eran determinantes o siquiera conocidos. Un factor clave y siempre presente ha sido la estrategia; que entrega el marco de trabajo, la misión, visión y objetivos, entre otros conceptos conocidos.

Otros factores como el desarrollo y la innovación sin duda han incrementado su relevancia exponencialmente, de la mano del complemento tecnológico, la potencia creativa y el pulso social. Este último, es el factor más novedoso y, se podría decir, potente a la hora de ver tendencias y tomar decisiones en la actualidad.

Relacionado al pulso social, también podemos destacar la personalización en las experiencias de compra. A partir del 2020, la inteligencia artificial es un “desde” para soluciones de chat, anuncios en redes, plataformas de e-commerce, por mencionar algunas. La omnicanalidad para interactuar a través de diferentes medios: Whatsapp Business, Facebook Messenger, Web page, correo electrónico y otros se ha masificado.

## **Competitividad como factor clave**

En este contexto, los líderes de negocio están muy exigidos y deben transitar en ambientes más disruptivos y competitivos. Particularmente, en el mercado chileno existen cientos de opciones para potenciar los negocios, con proveedores de tecnologías de última generación que ofrecen usabilidad, funcionalidad, omnicanalidad y otros tantos atributos apetecidos por los usuarios finales.

A modo de ejemplo, ya en el 2018, se podían enlistar casi 300 empresas de TI operando en Chile, como una fracción de las cerca de cinco mil empresas TIC tanto chilenas como extranjeras presentes en el mercado nacional. La gran mayoría de estas, dedicadas a servicios especializados en torno a las tecnologías de la información, desde desarrollo de software, sistemas de gestión, outsourcing de servicios, data centers, soluciones móviles, robótica, inteligencia artificial y mucho más.

Sin ir más lejos, el Estado de Chile es un gran consumidor de soluciones tecnológicas. Según datos públicos disponibles en su plataforma ChileCompra, tiene más de diez proveedores distintos en su ranking TIC, con compras superiores a USD 5 MM sólo en el año 2019.

La oferta y la demanda ha crecido de tal manera que, en el mismo año, se implementaron nuevas modalidades de compra, para aumentar eficiencias en las contrataciones del Estado. Esto significó definir nuevos instrumentos, protocolos y procedimientos, permitiendo así que distintos y variados actores tuvieran la oportunidad de ofrecer sus servicios, con mayor competitividad y transparencia.

## **Cumplir lo prometido**

Sin lugar a duda este es un escenario altamente exigente para los proveedores TIC, por lo que cabe

hacerse la pregunta: ¿Cómo diferenciarse? Una respuesta siempre vigente es: cumplir con la promesa de venta y las expectativas del cliente.

Parece obvio, pero es más fácil decirlo que hacerlo. Alinearse a las expectativas y a las condiciones de servicio, muchas veces no explícitas en los contratos, pero presentes en las aspiraciones del cliente y de sus usuarios finales, es un trabajo que requiere foco y mucha energía. Además de comunicación fluida y constante, para formar un pilar de confianza robusto y permanente entre el cliente y su proveedor.

Una vez cumplido el desafío de la confianza, el proveedor debe mostrar adaptabilidad para amoldarse a la dinámica del negocio del cliente, y proactividad, para proponer soluciones que permitan al cliente ahorrar costos y aumentar la productividad.

Lo cierto es que todas las soluciones tecnológicas deben ser bien implementadas, para lograr el objetivo de retención de clientes y usuarios finales, de lo contrario, si abundan los servicios (canales, dispositivos, medios), pero no son de calidad, el efecto es totalmente opuesto.