

“Necesitamos manejar a la velocidad del cambio”

Sheyla Rojas Pineda, profesional de Medios y Comunicaciones
Fasecolda

"No es la tecnología la que hace exitosa a la empresa, es la capacidad que tiene esta de entender al ser humano antropológicamente y resolverle un problema".

El 29 y 30 de mayo pasados se llevó a cabo Insurtech, el evento más importante en tecnología y desarrollos para la industria aseguradora, al cual asistieron más de 380 empresarios, inversionistas y representantes de las industrias del seguro, así como reguladores y supervisores del país y la región.

La agenda académica inició con una de las conferencias más admiradas en Colombia en temas de desarrollo, innovación y ciencia de datos, quien ha recibido más de 250 reconocimientos, incluidos el Cannes Lions, Effie y #womentowatch2017; se trata de Paola Aldaz, líder del área de desarrollo de negocios MasterCard. Su intervención, basada en la exponencialidad, como reto para la industria aseguradora, dejó sobre la mesa muchas lecciones para las compañías que desean abrazar la digitalización.

En primer lugar, explicó la ‘exponencialidad’ que se entiende como la manera en la que las compañías y las personas en el mundo están transformando su vida a velocidades incalculables, como resultado de la revolución digital. Subrayó que el factor más importante en este proceso es el ser humano, el único que puede cambiar a las empresas y a las personas.

Destacó que más que diseñar aplicaciones y tratar de “inventar lo que ya existe”, se deben construir ecosistemas o plataformas, “hoy por hoy la digitalización tiene que ver con la experiencia: el ser humano aprende a través de los sentidos”. Es así como aquellas compañías que crean asociaciones o ‘partnership’, que construyen plataformas colaborativas y que permiten vivir experiencias, son las que están garantizando el éxito de su negocio.

Tres organizaciones, ¿en cuál ubica la suya?

Aldaz identificó tres clases de compañías que actualmente compiten en el mercado; señaló que aquellas relacionadas en la primera categoría deben decidir ya mismo adoptar una transformación para poder sobrevivir y no relegarse ante las demás, “hoy, no ser digital es un suicidio”, advirtió.

En la primera clase están las “Legacy”, aquellas con muchos años de historia, quienes se enfocan en obtener ganancias a toda costa, ya que nuevos competidores democratizaron el mercado. “Se empeñan solamente en las ganancias, olvidan el factor humano y son jugadores viejos”.

En segundo lugar, están las “digitales”. Estas cuentan con menos infraestructura, costos y personal, pero tienen más tecnología puesta al servicio del cliente. El ‘core’ de su negocio es la persona. “Son nuevos jugadores que satisfacen las mismas necesidades que los ‘Legacy’; ellos no tienen que crear nuevas cosas, solamente hacerlo mejor”, sostuvo.

En un tercer nivel ubicó a las plataformas, las cuales están valuadas de manera distinta y que cuentan con gran potencial de usuarios. Destacó tres claros ejemplos: Amazon, Uber y Rappi.

Los diez mandamientos de la disrupción

Durante su conferencia, Aldaz insistió en que los informes de tendencias de mercado ya no se elaboran a 10 años, como se hacían anteriormente; por el contrario, el periodo para analizar va hasta el año, o el año y medio. Resaltó que la disrupción, o el cambio que ocurre a partir de las nuevas tecnologías, está sucediendo en todos los ámbitos de la vida cotidiana y, por esa razón, describió los 10 mandamientos que se deben tener en cuenta en este proceso.

1. “No es la tecnología la que hace exitosa a la empresa, es la capacidad que tiene esta de entender al ser humano antropológicamente y resolverle un problema”. En este aspecto, es fundamental que las compañías analicen muy bien cómo se comportan las personas, cómo es su vida diaria y desde allí resuelvan sus problemas.



➔ El cambio es la única constante que tendremos, la competencia que hay en el mercado es infinita.



↑ Paola Aldaz, líder del área de desarrollo de negocios MasterCard

➔ Más que diseñar aplicaciones y tratar de “inventar lo que ya existe”, es necesario construir ecosistemas o plataformas.

2. “Los robots no van a reemplazar a las personas; van a ayudarnos a mejorar nuestra calidad de vida, en la medida en que incorporemos mecanismos para liberarnos de tareas y dejar el tiempo libre para otras”. Puntualizó en que no solo estarán en las casas, sino en las calles y en las oficinas. Por ese motivo es necesario reconvertirnos, porque todo estará en la capacidad de automatizarse y se va a reconfigurar el trabajo.

3. “El proceso es todo. No puede haber empresas sin procesos ni metodologías para crecer”. Destacó que para resolver un problema y desarrollar una innovación hay que enfocarse teniendo en cuenta una metodología.

4. “Creatividad: basada en las ideas ya existentes, pero mejoradas”. Invitó a las compañías a aprovechar la democratización de la tecnología para crear mejores soluciones.

5. “La velocidad: el que lo haga más rápido y mejor tendrá el mercado”. Hay que ver lo que antropológicamente pasa en el consumidor y ser capaz de reinventarse. Obviamente, insistió que debe ser un proceso ininterrumpido, ya que en cualquier momento llegará otro que lo haga mejor y más rápido.

6. “Gestión del conocimiento en el trabajo”: explicó que la digitalización permite incorporar desarrollos que permitan guardar el conocimiento que pierden las compañías frente a la rotación laboral.

7. “La data hay que saberla interpretar: si no se analiza y no se le agrega inteligencia competitiva, no sirve para nada. La Big Data se puede convertir en no data”. Es así como este tipo de información debe usarse a favor del negocio, lo que permitirá estar en la capacidad de “predecir y perfilar comportamientos de los clientes, es decir: hacer parametrización”.

8. “Sobrevivir no es suficiente: las empresas deben distinguirse y no lo pueden hacer solas, se necesitan

plataformas". Señala Aldaz que las compañías deben crear economías colaborativas, armar 'partnership' o asociaciones con otras organizaciones, cada una con experiencias diferentes y especializadas.

9. "A las personas hay que empoderarlas: los cargos jerárquicos en las grandes compañías, que están 'sacándola del estadio', en cuanto a 'exponencialidad', no existen". Insiste la experta en que "no funcionan para ejercer autoridad, todo cambia y los rangos de edad no tienen nada que ver a la hora de medir el talento". El empoderamiento está encaminado en permitirles a los colaboradores tomar decisiones y equivocarse, aceptar el fracaso como aprendizaje, no como un castigo para la empresa.

10. "Transformar la mentalidad: el esfuerzo que debemos hacer por cambiar culturalmente es muy grande. Si queremos estar en la medida del mundo de hoy, debemos adaptarnos. El cambio es la única constante que tendremos, la competencia que hay en el mercado es infinita".

Concluyó Aldaz, en su intervención, que en los últimos tres años se han roto diferentes paradigmas, lo cual

➔ Aquellas compañías que crean asociaciones o 'partnership', y que permiten vivir experiencias, son las que están garantizando el éxito de su negocio.

hace que la tecnología atraviese la vida de los seres humanos; "esta nos arrasó y hay dos maneras de enfrentar esa situación: o nos adaptamos a la fuerza (lo cual produce sufrimiento en los seres humanos) o la adoptamos, como parte de una decisión voluntaria".

Insistió en que la tecnología es más que el diseño de aplicaciones, "se trata, entonces, de construir plataformas, trabajar colaborativamente y tener en cuenta que lo que cambia al mundo no son las compañías es la combinación del factor humano". 



sura 
ARL

**Trabajamos por un mundo
donde tus sueños lleguen
cada vez más alto.**

Línea de atención 01 8000 511 414
arlsura.com