

Las tecnologías al servicio de las organizaciones I

Vivimos en un mundo donde las tecnologías hacen parte de la vida diaria y laboral.

Desde el calentador que calienta el agua todas las mañanas, pasando por los televisores, teléfonos celulares, vehículos de transporte y computadores, la tecnología está muy presente en nuestras vidas.

Es difícil imaginarse una vida donde la tecnología esté ausente y donde por ejemplo, ya no nos podamos comunicar telefónicamente o usar Internet para enviar un correo electrónico.

Frente a esta situación, las empresas son una de las más beneficiadas.

De una manera u otra las empresas han aprovechado la tecnología para hacer negocios, mejorar su calidad de oferta, ofrecer mejor atención al cliente y demás.

Sin embargo en el mundo empresarial se comete un error con frecuencia.

Es pedirle a las empresas y a las personas que la conforman (desde los empleados, pero también incluyendo otros actores como los clientes, proveedores



ANDRÉS JULIÁN
GÓMEZ MONTES
DIRECTOR CONSULTORÍAS
360° - SIEMPRESAS S.A.

y distribuidores) a que se adapten a las tecnologías.

Lo ideal es que esto fuera al revés y fueran las tecnologías las que se adapten a las empresas.

Aunque este escenario si se da, no es lo común y muchas empresas están convencidas que se deben adaptar a la compra de tecnologías.

Se debe resaltar que en las tecnologías, puntualmente lo que es software e Internet, podemos hacer dos clasificaciones.

Primero están lo que podríamos llamar "Tecnologías Generales", como lo son programas tipo Windows y Office.

Estas soluciones se encuentran diseñadas para solucionar problemas de un segmento de personas muy grande.

Es por esto que cuando usted o su empresa necesitan una función general como una Hoja de Cálculo, se piensa en una solución prediseñada como Excel y no se contrata a una empresa para que la diseñe a la medida.

Este tipo de Tecnología General usualmente trae un número muy amplio de funciones, para cubrir todo tipo de usuario, dando como resultado poco o ningún uso de la mayoría de funciones por parte del usuario promedio.

En un segundo renglón existen las "Tecnologías Específicas", donde se elaboran soluciones a la medida.

Por ejemplo, una empresa de pedido de taxis a través del teléfono, necesita unas características especiales para su software de administración de clientes, que no lo tendrá otro tipo de empresa, como una productora de zapatos.

En este caso la empresa podría diseñar o comprar el desarrollo de un software a la medida que se ajuste a todas sus necesidades o comprar un software general, pero que se

pueda personalizar en ciertos aspectos.

Esta segunda ruta es muy usual y es válida, pues se adquiere un "núcleo" general, el cual puede ser personalizado con los elementos particulares de cada empresa.

ES DIFÍCIL IMAGINARSE UNA VIDA DONDE LA TECNOLOGÍA ESTÉ AUSENTE Y DONDE POR EJEMPLO, YA NO NOS PODAMOS COMUNICAR TELEFÓNICAMENTE.

Al adquirir soluciones a la medida o específicas, basadas en un núcleo prediseñado, se debe analizar hasta donde está la empresa dispuesta a modificar sus operaciones.

Muchos proveedores exigen grandes cambios, puesto que el software o la solución a proveer tiene elementos que no se pueden cambiar o es muy difícil hacerlo.

Aquí el comprador debe entrar a un proceso de negocia-

ción, donde se defina que elementos se puede cambiar y ceder, y cuáles son imperativos y deben ser respetados.

Siempre que adquiera una nueva tecnología, primero analice con cuidado cómo está va a servir a la organización.

Si esta tecnología está pensada para operaciones vitales de la empresa, la empresa junto con su cultura y forma de operar debe ser respetada.

Son pocas las tecnologías que vienen listas en una caja para ser usadas de inmediato, razón por la cual es importante analizar detalladamente lo que aportará la tecnología a la empresa y de que forma lo hará.

En el próximo artículo, se analizará a profundidad algunos elementos que se deben tomar en cuenta antes de adquirir una nueva tecnología, para evitar errores y costos futuros.

Este análisis se centrará básicamente en la importancia de las personas (los empleados, clientes, proveedores, distribuidores, accionistas y demás) y cómo la organización reaccionará ante los cambios.