

Transformación digital y su impacto en el trabajo colaborativo post pandemia Covid -19 en Ecuador

Digital transformation and its impact on collaborative work post pandemic Covid -19 in Ecuador

Anddy Karol Suarez Villacis*
Jonathan Alexanders Bravo Leon*

RESUMEN

Este artículo analiza la relación entre la transformación digital y los nuevos esquemas de trabajo colaborativo que darán como resultado de la Ingeniería en marketing, Estudiante de la Maestría en Tecnologías de la Información. Unidad Académica de Posgrados, Universidad Católica de Cuenca, Azuay, Ecuador post pandemia, enfocados en Continuidad empresarial (y también continuidad de la vida social) generado una primera de guía para el mercado ecuatoriano. Analizamos como reinventar nuestras organizaciones y modelos de negocio, con la sociedad Hiperconectada, datos, información y conocimiento, plataformas y ecosistemas que generan nuevos modelos productivos diseñados para ser resilientes.

Palabras clave: Transformación digital, Covid-19, innovación

REVISTA TECNOLÓGICA
ciencia y educación
Edwards Deming

ISSN: 2600-5867

Atribución/Reconocimiento-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Licencia
Pública Internacional — CC

BY-NC-SA 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

Editado por: Tecnológico Superior
Corporativo Edwards Deming

Enero - Marzo Vol. 6 - I - 2022

<https://revista-edwardsdeming.com/index.php/es>

e-ISSN: 2576-0971

Recibido: 14 julio 2021

Aprobado: 29 septiembre, 2021

Pag 75 - 83

* Master en Tecnologías de la Información, Unidad Académica de Posgrados, Universidad Católica de Cuenca, Azuay, Ecuador. anddysuvi@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8748-464X>

* Docente de la Maestría en Tecnologías de la Información, Unidad Académica de Posgrados, Universidad Católica de Cuenca, Azuay, Ecuador. anddysuvi@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8748-464X>

ABSTRACT

This article analyzing the relationship between digital transformation and the new collaborative work schemes that will result in the post-pandemic, focused on business continuity (and also the continuity of social life), generating a guideline to do for enterprise Ecuadorian Market. We analyze how to reinvent our organizations and business models, with the Hyperconnected society, data, information, and knowledge, platforms with ecosystems that generate new production models designed to be resilient.

Keywords: Digital transformation, Covid-19, innovation

INTRODUCCIÓN

El Mundo experimento un cambio radical a comienzos de marzo del 2020, cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró oficialmente la enfermedad conocida como Covid-19 una pandemia. (Shodiq & Syamsudin, 2019). La declaratoria de pandemia y efectos de la enfermedad a nivel mundial, particularmente en América Latina y en especial en Ecuador, planteo una serie retos y desafíos jamás analizados hasta esa fecha a nivel mundial. Las estrictas medidas de confinamiento que se decretaron para desacelerar el contagio del Covid-19, hoy continúan sintiendo incertidumbre ante posibles nuevos cierres o tipos de virus en todo el mundo.

Esta situación no solo ha generado un cambio cultural, sino de hábitos, relaciones y rutinas, tanto en el trabajo como en el hogar. Las personas y empresas tuvieron que dar un paso obligado hacia la transformación digital para continuar con sus negocios y vidas, tratando de mantener el distanciamiento social.

Específicamente, en el mundo empresarial esta situación forzó a las compañías a implementar las nuevas formas de trabajo, ambientes digitales y colaborativos para la mayor cantidad posible de colaboradores. Se realizo en tiempo récord y nunca habría sucedido a tal ritmo en circunstancias distintas. Aun así, esta modalidad hoy se perfila como permanente para algunas áreas de las compañías que aprendieron que también es posible ser productivo sin la necesidad de estar físicamente en oficinas de las empresas e interactuando en forma presencial entre los colaboradores

La tecnología ya era una aliada para impulsar la modernización de las compañías antes de la pandemia, pero las medidas para mitigar el contagio del Covid-19 aceleraron las decisiones de transformación digital de las empresas, con el objetivo de encontrar herramientas adecuadas para poder responder a los retos que impuso la crisis y continuar creciendo.

La transformación digital se puede definir como el cambio cultural empresarial, modelando los procesos operativos y centrando al cliente como eje o base de los cambios organizacionales, ayudado por el uso de nuevas tecnologías.

El objetivo es mejorar la productividad, mejorar su competitividad y ofrecer un diferenciador en los productos y/o servicios para sus clientes, estableciendo todo este

proceso de cambio con el cliente en el centro, el cual es el principal activo de las empresas hoy en día junto con la información que se construye y se obtiene del mismo. Por tanto, no se trata simplemente de digitalizar un proceso o la adquisición de nueva tecnología, alquilar espacio en la nube o instalar un nuevo ERP. La transformación digital implica un cambio en la mentalidad de toda la compañía.

Como consecuencia de la pandemia, donde sus impactos causaron graves daños en la economía mundial y muertes alrededor del planeta, en el lapso de pocas semanas, de lleno en la industria se encontraron con ecosistemas digitales, en banca y finanzas respondiendo de manera robusta, las infraestructuras de telecomunicaciones potenciaron actividades que permitieron la comunicación y la información de la pandemia en la salud y la economía.

Para (Vera et al., 2014) a empresa Search Lationamérica, empresa de consultoría en gestión de talento realizó una investigación donde 6 de cada 10 empresas (el 58%), no estaban preparadas para operar bajo esta modalidad.

Dicha investigación, fue aplicada a 421 colaboradores y 149 compañías de: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Colombia, Ecuador y Costa Rica.

Una de las conclusiones más importantes fue la confirmación de que el 74% de los trabajadores tienen herramientas tecnológicas para poder trabajar desde sus casas, sin embargo, el 66% de las empresas no tienen los procedimientos adecuados para evaluar el desempeño de los trabajadores, un gran reto al momento de hablar del proceso de transformación digital (Martín-Moreno et al., 2021)

Las empresas de hoy están adoptando nuevas formas de hacer negocios para reinventar y reinventarse en un mundo cada vez más hiperconectado. Se están volviendo negocios digitales, utilizando nuevas tecnologías para ofrecer mejores productos a los clientes y servicios, información más relevante y experiencias personalizadas, fluidas y colaborativas

Mejorar los procesos productivos y trabajar de manera colaborativa desde cualquier lugar es sin duda uno de los más grandes retos que trajo la adopción de la transformación digital.

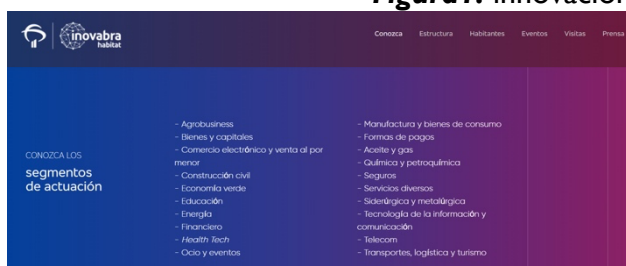
Muchas empresas según (Zuluaga & Moncayo, 2014) están participando en lo que se conoce como modelo de Innovación Abierta. Un modelo de innovación abierta es aquel en el que las organizaciones utilizan tecnología externa, soluciones, capital de conocimiento y recursos en las primeras etapas de sus procesos de innovación.

En muchos casos, las organizaciones se asociarán con una variedad de actores en un ecosistema para desarrollar conjuntamente nuevas plataformas y aplicaciones, mejorar el negocio, permitiendo ofertas o expandirse a nuevos mercados con mayor rapidez y frecuencia para mejorar sus operaciones y también ahorrar tiempo y dinero. en un marco de tiempo acelerado. Trabajar de forma colaborativa no es nuevo en el mercado empresarial, el término "Open Innovation" o innovación abierta" fue acuñado por primera vez en 2003 por Henry Chesbrough, un teórico de la organización de la Escuela de Negocios Haas en Berkeley, y ha sido evangelizada desde entonces.

Desde hace varios años, la Industria Financiera Brasileña viene desarrollando un conjunto relevante de iniciativas de Innovación Abierta que apoyan los cuatro objetivos principales de un modelo de innovación abierta o colaborativo (ver figura 1):

- Asociar imagen de innovación con grandes marcas.
- Rejuvenecer la cultura empresarial.
- Resolver problemas comerciales.
- Expandirse a mercados futuros.

Figura 1. innovación



Frases como anytime, anywhere, anyplace, son frases que sin duda ahora con el mundo en procesos de adopción de transformación digital son muy conocidas, una tendencia que está cambiando todos los sectores de nuestra industria y sociedad en la actualidad. La transformación digital, un proceso de innovación y disrupción que desafía por igual a las organizaciones públicas y privadas. Con todos los sectores económicos y sociales afectados, la economía digital es muy dinámica y cada vez más competitiva, creando nuevas propuestas de valor con modelos operativos altamente escalables, basados en datos y centrados en el cliente. La transformación digital es un tipo de transformación empresarial impulsada por tecnologías emergentes. El potencial de crecimiento de ingresos y ahorros obtenidos como resultados de un Programa de Transformación Digital supera al de otros tipos de iniciativas de Transformación empresarial. En esencia, la transformación digital está impulsada por el cambio tangible en el papel de la tecnología dentro de una organización. Ya no es una mera función de soporte que habilita los procesos comerciales. (Romero, 2016)

La tecnología ahora permite modelos comerciales nuevos e innovadores (por ejemplo, XaaS), impulsa el crecimiento de las ventas e incluso puede ser una fuente de ventaja competitiva. Existen numerosas tendencias tecnológicas emergentes que impulsan la transformación digital. Los más notables incluyen redes sociales, movilidad, Internet de las cosas (IoT), ciberseguridad, big data y análisis, computación en la nube, automatización robótica de procesos (RPA), inteligencia artificial (es decir, aprendizaje automático), blockchain, etc. La aplicabilidad de la tecnología depende en gran medida de la industria y la organización. Con estas tendencias tecnológicas, las empresas están armadas con la capacidad de digitalizar, transformar y hacer crecer completamente sus organizaciones.

El cambio en la forma en la que trabajábamos debido al COVID-19 ha generado una alteración en toda nuestra sociedad, lo cual origina muchos cambios de forma muy

rápida y algunos casos muy poco planificada, creando un “nuevo ambiente laboral” por lo cual las organizaciones a todo nivel desde la gran compañía a la mediana y pequeña empresa cambio las prioridades: poniendo nuevos objetivos como diseñar ecosistemas laborales que garanticen el bienestar y salud de las personas, tener planes de continuidad de negocio basados en la “nueva normalidad” mediante el uso de nuevas tecnologías y adaptando sus procesos modificando la forma de trabajar los últimos 100 años donde era necesario tener presente al trabajador para poder producir (Butragueño et al., 2021). Esto define la hoja de ruta que las compañías y la sociedad debe seguir con los procesos de transformación digital y trabajo colaborativo:

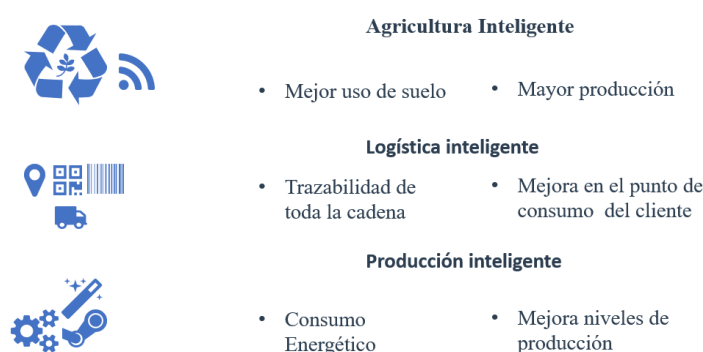
- Prevenir que información confidencial sea expuesta accidentalmente
- Riesgos de ciberseguridad cada vez mayor debido a la expansión de las superficies laborales que pasaron de las oficinas de la empresa hacia las casas de los colaboradores
- Uso intensivo de las redes home que saturaron la conectividad a nivel mundial
- Los empleados se encontraron sin la capacitación adecuada o en algunos casos carecían de las herramientas para trabajar.

Las áreas de trabajo con alta proximidad física fueron las más afectadas a corto plazo durante COVID 19, y algunos verán efectos duraderos. El siguiente grafico muestra las áreas principales que cambiarían debido al uso de la transformación digital y la resiliencia (ver figura 2)

Figura 2. industrias aceleradas por transformación digital en COVID 19



Las empresas tienen una nueva oportunidad para Re imaginar cómo y dónde se hace el trabajo, pensando en áreas de trabajo específicas y ocupacionales, creando un nuevo mapa de valor para sus negocios (ver figura3) en conjunto con áreas de mayor impacto (ver figura4)

Figura 3. Mapa de Valor en transformación Digital**Figura 4.** Areas de mayor impacto de la transformación Digital

Las necesidades por tener una guía de cómo realizar el camino de transformación digital es necesario en el Ecuador.

Se determinan los siguientes Pilares necesarios para emprender este camino de transformación:

- **Estrategia:**
Cultura organizativa, liderazgo y el apoyo financiero inciden en el éxito adopción de transformación digital

• **Personas:**
Tener las habilidades para comprender y comunicar los nuevos ambientes para toda la empresa.

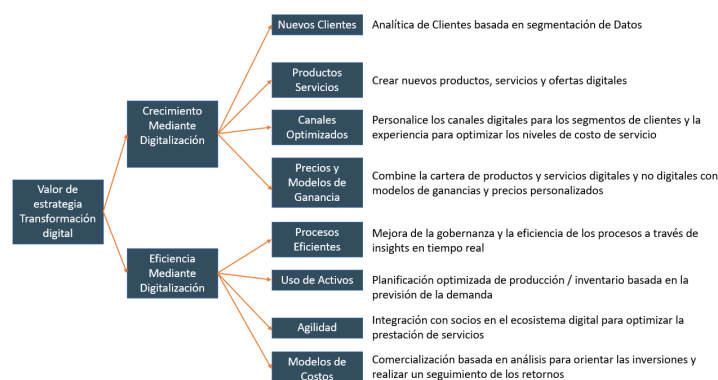
- **Procesos:**
Nuevos procesos poniendo como objetivo y eje principal al cliente

- **Datos:**
¿Qué? ¿Datos necesita la empresa, cuáles son las fuentes de estos datos, que clase de análisis se efectúan en las fuentes de datos, internas y externas?

- Tecnología:
Infraestructura y aplicaciones orientadas a sustentar el nuevo ecosistema

Tendencias tecnológicas clave combinadas con tecnologías
Habilitadoras, presentan oportunidades y amenazas en toda
las industrias (ver figura 5)

Figura 5. Valor de una estrategia y un negocio digital



MATERIALES Y MÉTODOS

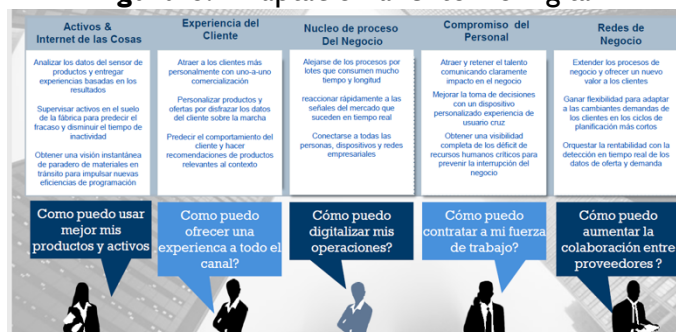
Se ha realizado un trabajo de tipo descriptivo con el objetivo de analizar el tema, lo que permitirá analizar el uso de transformación digital en el Ecuador y su real aplicación. También se utilizó el focus group con el objetivo de estudiar los diferentes casos que existen sobre la real aplicación de la transformación digital y poder inferir conclusiones de su aplicación en la práctica del trabajo colaborativo en el Ecuador.

RESULTADOS

En el Ecuador las compañías de varios sectores están tratando de adoptar programas y procesos de transformación digital y trabajo colaborativo, la situación es todavía limitada, la adopción de estos procesos debido principalmente a la creencia de la productividad presencial, donde los dueños necesitan ver a los trabajadores a pesar de que esto no demuestre su productividad. Es por todo ello que, la transformación digital es un proceso necesario en todas las empresas, si quieren competir en un mercado cada vez más globalizado, interconectado y digital. Sin una correcta adaptación al entorno digital, ninguna empresa actual podrá resultar competitiva a mediano plazo, por lo que este cambio organizativo y de procesos, pasando por un modelo de ejecución y de gestión apoyado en buena medida en el entorno digital y en sus sistemas, es más que necesario.

hoy en día. (ver figura 6)

Figura 6. Adaptación al entorno digital



El diseño de modelo de negocio es una decisión clave para la organización de un nuevo empresario y una tarea crucial, tal vez más difícil para los administradores encargados de repensar un modelo antiguo para que su empresa se encuentre preparada para el futuro. El nacimiento de una industria completamente nueva es generalmente el resultado de una idea visionaria para un nuevo producto, servicio.

DISCUSIÓN

Las empresas que logran seguir un proceso ordenado de cambios organizacionales descubren que es posible madurar digitalmente y ese cambio logra un comportamiento de mercado diferente a sus pares o competidores. El cambio principalmente no está en el uso de nuevas tecnologías sino más bien en el enfoque de negocio. Las organizaciones que maduran digitalmente están comprometidas con estrategias de cambio y transformación basados en cambios corporativos apoyados por estructuras colaborativas basadas en datos y conocimientos digitales nativos que permiten minimizar los riesgos de adopción de las estrategias.

La Transformación digital no puede y no debe estar en el área focalizada como exclusividad de los departamentos de tecnologías, sino de todas las áreas y trabajadores de una empresa.

Esta tendencia ha aumentado las expectativas de los clientes en todas las industrias, con empresas cada vez más interconectadas con innovaciones fuera de su industria tradicional.

Las empresas buscan muchos socios diferentes para crear soluciones innovadoras y posicionarse juntos ellos mismos a la vanguardia de este nuevo mercado. En otras palabras, están participando en Innovación Abierta. Hoy en día, los líderes empresariales reconocen que las tecnologías digitales crean nuevas amenazas y oportunidades centrada en los siguientes campos de acción:

- Cliente digital: experiencia digital de nuestros clientes, que incluye todos los puntos de contacto entre el cliente y la marca.
- Negocio digital: nuevos modelos de ingresos facilitados por nuevas plataformas tecnológicas.
- Empresa digital: incorporación de una cultura organizacional colaborativa

Encontrar la respuesta competitiva adecuada es complejo. Las tecnologías digitales lo cambian todo, desde expectativas de los clientes sobre los canales de distribución y los métodos de producción. La escala del cambio crea una sensación de urgencia.

REFERENCIAS

- Butragueño Laiseca, L., Zanin, A., López-Herce Cid, J., & Mencía Bartolomé, S. (2021). Simulation during COVID-19 pandemic in the Spanish pediatric intensive care units: New challenges in medical education. *Anales de Pediatría*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2021.06.007>
- Martín-Moreno, J. M., Arenas, A., Bengoa, R., Borrell, C., Franco, M., García-Basteiro, A. L., Gestal, J., González López-Valcárcel, B., Hernández Aguado, I., Legido-Quigley, H., March, J. C., Minué, S., Muntaner, C., & Vives-Cases, C. (2021). Insight on how to assess and improve the response to the COVID-19 pandemic. *Gaceta Sanitaria*, xx. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.11.008>
- Romero, X. V. E. (2016). La construcción de una política tributaria progresiva en México. *Economía Informa*, 398, 75–88. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.04.006>
- Shodiq, S. F., & Syamsudin. (2019). Teacher identity reconstruction: Socio-anthropological study of javanese society. *Cakrawala Pendidikan*, 38(3), 477–489. <https://doi.org/10.21831/cp.v38i3.26098>
- Vera, L. H., Cáceres, M., & Busso, A. (2014). Grid Connected Photovoltaic Systems to the Urban Environment of Argentinian Northeast. *Energy Procedia*, 57(0), 3171–3180. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2015.06.066>
- Zuluaga Goyeneche, D., & Moncayo Orjuela, B. C. (2014). Perspectivas del liderazgo educativo: Mujeres académicas en la administración*. *Suma de Negocios*, 5(11), 86–95. [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70023-0](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70023-0)