

UNA PERSONA ESTÁ CONECTADA A INTERNET 8 HORAS Y 40 MINUTOS POR DÍA

LOS NEGOCIOS NECESITAN ÁREAS DE INNOVACIÓN PARA TENER ÉXITO

Los especialistas comparten el concepto de que la tecnología es crucial para los negocios y que, en la mayoría de casos, ya no se puede sobrevivir sin acceder a ella.



La incorporación de la tecnología en el ámbito empresarial puede resultar un elemento clave para mejorar la competitividad, impulsar el crecimiento económico y lograr una mayor creación de empleo. Una de sus funciones más importantes, en este caso las aplicaciones, es la posibilidad de bancarizar y formalizar a miles de pequeños y medianos empresarios. Así, los bancos pueden generar herramientas cada vez más sofisticadas gracias a las nuevas tecnologías, facilitando el acceso a nuevos servicios a través de plataformas digitales. Por ello, son necesarios grandes esfuerzos de adaptación por parte de empresas, trabajadores y administraciones públicas para poder aprovechar al máximo las oportunidades que brinda la tecnología.

INNOVACIÓN EN LOS NEGOCIOS

Para Roberto Persivale, fundador de Fledge Latam Aceleradora de Emprendimientos Conscientes, las tecnologías cambian completamente el modelo de negocio de una empresa. “Si una empresa no está envuelta en temas de innovación, será desplazada por otras debido a que en unos años las empresas no podrán saber quién será su competidor, porque todas las empresas tendrán las mismas posibilidades de cambiar o ampliar su rubro”, afirma.

Persivale agrega que en ese sentido las empresas le pueden sacar provecho a la tecnología, en este caso a las APPs. “Lo que se necesita es que las empresas estén dispuestas a hacer pruebas permanentes. El poder equivocarse y seguir innovando ayuda a hacer un engagement con el consumidor para que pueda utilizar estas herramientas digitales que los negocios les brindan”, recalzó.

De igual manera, dijo que se deben tener equipos de trabajo que estén alineados y motivados para innovar, porque la tecnología permite que entren al mercado nuevas aplicaciones y actualizaciones, y se desaparezca una parte del negocio o capture parte de su valor.

“Vender un producto de forma tradicional es distinto a vender un producto o servicio a través de una aplicación o

y ellos con el tiempo serán sus propios aliados para el negocio que se está desarrollando, y segundo cuando se haya mejorado el producto o servicio digital se podrá capturar a los clientes masivos, que son los seguidores”, explicó Persivale.

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

Por su parte, Emilio Rodríguez Larraín, presidente de la Asociación de Emprendedores

“Para que una empresa tenga éxito es necesario que el negocio tenga un área de programación o IT, con gente que esté enterada de las últimas tendencias en tecnología y que asimismo tengan un entendimiento de como ejecutar dichas iniciativas de así ser posible. Hoy en día el panorama cambia tanto y tan rápido, que es necesario tener un equipo dedicado al análisis de esta fugacidad para que la empresa o negocio no se quede atrás y peligre su existencia”, anotó.

Además, Rodríguez Larraín comenta que según Google hoy en día la penetración de internet en Latinoamérica a través del smartphone es 56% y que una persona está conectada a internet 8 horas y 40 minutos por día. Añadió que esto brinda una ventana grande de oportunidades de poder conectar a este usuario que antes no existía, es así que es imperativo que un negocio capte siquiera una fracción de esta atención, para que así pueda establecer una estrecha relación cliente-negocio.

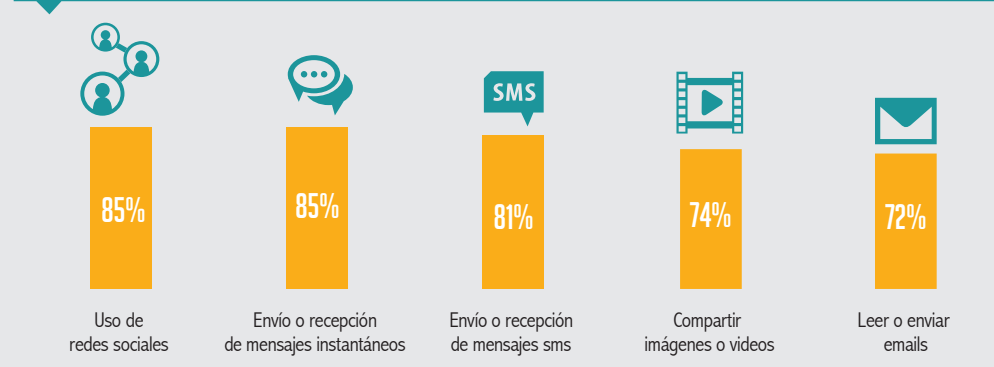
“Las apps plantean un escenario muy interesante para el emprendedor porque gracias a ellas se abrió una avenida completamente nueva en términos de interacción con el cliente. El app en los smartphones permite diseñar

PODER EQUIVOCARSE Y SEGUIR INNOVANDO AYUDA A HACER UN ENGAGEMENT CON EL CONSUMIDOR PARA QUE PUEDA UTILIZAR ESTAS HERRAMIENTAS DIGITALES

una web. Hay un grupo de 10% de clientes que aprenden con la empresa a manejar estas nuevas apps, que no les importa el error y que están dispuestos aprender, es ahí donde deben de aprovechar los emprendimientos. Primero a capturar a esos clientes primerizos que están entusiasmados con la tecnología

de Perú, dijo que el boom en la productividad que inició la tecnología agilizando procesos, sigue con mucha fuerza, ya que las innovaciones en el sector siguen apareciendo e indicó que las empresas peruanas están empezando a apostar más por la tecnología, pero que el segmento todavía se puede seguir desarrollando.

ACTIVIDADES EN SMARTPHONE EN EL PERÚ - 2016



Fuente: www.imscorporate.com

una experiencia mucho más interactiva que un sitio web, se puede conectar a medios de pago, y puede mandar notificaciones al usuario a través de su celular para que esté en constante comunicación la empresa con el cliente objetivo, siempre dentro de lo razonable, para no abrumar a dicho cliente”, resaltó.

Emilio Rodríguez Larraín, para finalizar, comentó que hoy en día si una web se demora más de tres segundos en cargar el 53% de los usuarios la va a abandonar, y que por eso uno debe ser más directo cuando se trata del contacto con el cliente.

“En otras palabras un emprendedor no solo debe de pensar en la tecnología sino en la experiencia de los usuarios al momento de construir su aplicación, web o cualquier sistema que se utilice con los clientes”, expresó.

BANCOS DIGITALES

En cuanto a la transformación digital que están experimentando los bancos, Arturo Johnson, gerente de Área de Canales Alternativos del Banco de Crédito del Perú, señaló que en el 2013, en base a

un estudio multicanal que realizaron, se identificó que un grupo relevante de sus clientes buscaba realizar sus operaciones sin necesidad de ir a una agencia; en paralelo, la penetración de smartphones subía a 17%, lo cual de acuerdo a la tendencia global seguiría subiendo y por dicho motivo se decidió iniciar un proceso de creación para lanzar una nueva app.

“Desde el lanzamiento en el 2014, venimos realizando mejoras y hemos agregado diversas funcionalidades, como el pago de servicios. Nuestros lanzamientos de los últimos seis meses incluyen: venta de efectivos preferentes y seguros de protección de tarjetas, envío de estado de cuenta, transferencias, pagos, bloqueos, afiliaciones, tipos de cambio, operaciones con touch ID y mejoras para ingresar al APP en menor tiempo”, anotó.

Johnson también refirió que esta tecnología les ha permitido brindar una experiencia ad hoc para smartphones, para los micromomentos de los clientes con un costo menor al de los canales tradicionales. Asimismo, explica que con este canal han podido crear funcionalidades

aprovechando las nuevas tecnologías de los dispositivos como la confirmación de operaciones con huella y creando también opciones de donación como Teletón y Juntos por el Perú, que permitieron a los clientes realizar sus donativos fácilmente.

“Nuestros apps son una inversión constante, realizamos mejoras frecuentes de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes y estamos

MÁS CONECTADOS EN EL 2020

Finalmente, Danilo Ochoa, director de Soluciones de Banca Digital para el Pacto Andino en Gemalto, comenta que las cuatro tendencias de las tecnologías de vanguardia podrían cambiar la forma en la que realizamos un pago, es decir, autenticación biométrica, wearables y tarjetas de fidelidad en aplicaciones móviles.

“En los últimos años, la

“ EL PROCESO PARA GESTIONAR APPS REQUIERE DE UNA INVERSIÓN MULTIDISCIPLINARIA ”

en constantes desarrollo. El proceso para gestionar nuestros apps requiere de una inversión multidisciplinaria ya que participan muchos equipos con diferentes habilidades que nos permiten considerar las diferentes aristas que existen para un canal digital, pero sobre todo nos permite siempre tener como foco al cliente”, enfatizó Johnson.

tecnología de los pagos ha avanzado rápidamente y hoy, los consumidores creen que los pagos serán, sobre todo, a través de dispositivos móviles, y más fáciles de hacer. El futuro promete grandes cambios, por este motivo, las empresas deben estar listas para seguir innovando cada vez que sea necesario”, señaló Ochoa.

Comenta que la tecnología móvil mejora y que se hace evidente que la simplicidad y la conveniencia no son suficientes. Sostiene que los consumidores quieren un valor agregado, y que por eso a ciertas aplicaciones móviles, como Starbucks con su sistema de fidelidad, les ha ido tan bien.

“Para el 2020, con el registro del comportamiento pasado y el despliegue inteligente de los datos de los usuarios, los consumidores podrían recibir recomendaciones inteligentes, y con el agregado de la realidad aumentada, los consumidores podrían analizar información de los productos y leer comentarios en tiempo real desde cualquier app”, explicó Ochoa.



■ Un negocio debe pensar en tecnología y en la experiencia que quiere generar en el usuarios al momento de construir una aplicación.