

# **Gabriel Alzate: «Debemos transformarnos para generar valor diferencial»**

**¿Cómo observa este proceso de transformación digital en las empresas y cuánto afectó la pandemia?**

Hablar de transformación digital por la pandemia, no es tan exacto, la pandemia lo que hizo fue desnudar muchas cosas. Las personas tienen que empezar a mirar el presente y el futuro de una forma diferente, ser un poco más disruptivos a la hora de entender, a medida que vamos construyendo las organizaciones, cómo podemos incorporar la tecnología a lo que hacemos, cómo trabajamos con ella, pero lo más importante cómo le generamos valor al cliente. Se trata de entender las tecnologías y cómo las podemos llevar al mercado.

Con respecto a la pandemia, creo que desnudó a las empresas que, de pronto, no habían entendido que **la transformación digital no es una moda, que hay que transformarnos para empezar a generar un valor diferencial para poder ser sostenibles a futuro** y comprender que nuestros negocios no pueden seguir funcionando como lo hacían. Recuerdo una frase que dice: “el éxito del pasado no garantiza el éxito del futuro”, y eso se puede aplicar hoy.

**¿Cuán importante para las empresas es conocer las tendencias tecnológicas?**

Las compañías deben tener una vigilancia permanente de las tendencias del mercado, del consumidor, de las tendencias tecnológicas y de todo lo que está sucediendo.

Con la pandemia aceleramos algo que ya se venía investigando. Por ejemplo, el teletrabajo era una tendencia para el 2028 o 2029 y la pandemia la adelantó. Muchas empresas ya están en teletrabajo, que empieza a generar una serie de tendencias diferenciales: la gente se va a movilizar menos entre las ciudades, la compra de automóviles será menor, el consumo de ropa también será menor, las compañías tienen que vigilar las tendencias constantemente.

Para empezar a diseñar una estrategia de transformación digital, las tendencias constituyen uno de los elementos fundamentales para saber a dónde ir.

### **¿Cuánto ha cambiado el consumidor con la tecnología?**

Las ventas por internet, todo lo que entendemos por e-commerce, venta digital, venían aumentando, pero no en la magnitud que se incrementaron en el último año porque a las personas les tocó, por obligación más que por convicción, usar los medios digitales. Pero lo importante es que les gustó y se quedaron allí. El e-commerce es una tendencia que se quedó.

Y esto no va a acabar con lo presencial, sino que en el tema de compra, retail, almacenes, viviremos experiencias diferentes, la experiencia de forma física será diferente. Hay un cambio importante, creo que el consumo digital ha sido fundamental en el último año. Por ejemplo, en Colombia aumentó un 300%.

**A nivel de América Latina, ¿considera que todos los países**

## **están avanzando a un ritmo similar en cuanto a transformación digital?**

En América Latina las compañías vienen creciendo, la región ya empezó a entender que lo digital está en el ADN de las compañías y es fundamental. Creo que es falso decir que la transformación digital no ha llegado a América Latina. Por ejemplo, la banca es un sector clave en transformación digital, vemos cómo sus negocios han empezado a evolucionar y como avanzan en experiencia de cliente. Hay otros sectores que están buscando esos modelos de negocios y creo que América Latina va bien.

## **¿Cómo cambian los modelos de negocios con la tecnología?**

Hablamos de cómo empezar a cambiar modelos de negocios, es decir, las compañías tienen que entender que la tecnología ha traído nuevas formas de hacer las cosas, entonces los modelos actuales han sido exitosos, en cuanto a la forma cómo han sido manejados, pero tienen que empezar a incorporar esas nuevas tecnologías para hacerlos diferentes.

Por ejemplo, las start up vienen creciendo porque miran los modelos de negocios existentes pero les suman tecnología para hacerlos diferentes y para eso las compañías tienen que prepararse.

## **¿Nos puede explicar de qué se trata el Modelo de Transformación GAT?**

El Modelo GAT nació hace 10 años, soy el autor, tengo más de 20 años en el tema digital. El modelo nace en respuesta a cómo las compañías podrían empezar a implementar su transformación digital. Nos ayuda a empezar una transformación digital

partiendo del cliente, y trabaja estrategias de contacto con el cliente y dos transversales como procesos y tecnología.

Primero, **la transformación digital no es un proyecto es una estrategia de negocio**, se incorpora en el ADN Digital, primero centrado en el cliente. Segundo, se toma en cuenta las tendencias para entender qué se debe cambiar o cómo se puede aprovechar las nuevas tendencias.

Tercero, hacer el diagnóstico de mi organización, cómo estoy aquí, empiezo a diseñar mi estrategia y cuando tengo clara mi estrategia le incorporo el tema fundamental que es la cultura, las personas, que son las que realmente van a llevar el cambio de la compañía y empiezo a transformar el core del negocio o crear una experiencia alrededor del core. Primero es la estrategia y luego la cultura.

Después vienen los temas de relaciones como canales de venta, y servicio, hablamos de multicanalidad u omnicanalidad, el tema de marketing y anexos, como son el tema financiero, viabilidad, presupuesto, riesgos, entorno, y otros temas como los KPI. Finalmente, tenemos dos elementos que son fundamentales a todos: los procesos y la tecnología, que al final es el habilitador.

## **E-Summit Perú Digital 2021**

Gabriel Alzate, gerente de Innovación y Transformación Digital en Sophos Solutions S.A.S., participa como expositor en el e-

**Summit Perú Digital 2021**, este 15 y 16 de junio, evento organizado por la CCL y que conecta a los líderes de los equipos que están haciendo realidad la transformación digital en sectores clave de nuestra economía.

Alzate disertó sobre Pensamiento digital: cultura para soñar, diseñar y ejecutar. **Los temas que se abordan en esta cita son transformación digital, inteligencia artificial (IA), big data, cloud services, internet de las cosas (IoT), blockchain, ciberseguridad, y fintech y banca digital, entre otros.**

Para participar del e-Summit Perú Digital 2021 puede registrarse ingresando a [www.e-summit.pe/registro](http://www.e-summit.pe/registro) y tendrá acceso gratuito a las conferencias y foros en vivo, además del ingreso a la expo-feria de soluciones tecnológicas. Para mayor información sobre el evento puede a ingresar a [www.e-summit.pe](http://www.e-summit.pe).