

GILBERTO RIPIO: 2021, el año de la verdadera revolución digital

Gilberto Ripio, CEO de la Agencia de Marketing Digital PROFESIONALNET, experto en marketing y comunicación digital para empresas, especialista en transformación digital, analiza la situación de las empresas en este año de verdadera revolución digital y como les afectará en sus procesos de adaptación a un nuevo entorno socio económico

El año 2020 resultó ser inédito en muchos sentidos, un año en el que la tecnología confirmó su papel cada vez más crucial en la vida personal y profesional de todos. La pandemia ha empujado a los usuarios a adoptar aún más hábitos digitales, y las organizaciones han tenido que adaptarse, modificando sus procesos de negocio para garantizar su operatividad y competitividad en el futuro, y en muchas ocasiones apoyándose en agencias de marketing digital para su asesoramiento.

¿Qué deparará el año 2021 en este sentido? ¿Cuáles son las principales tendencias del marketing digital para los próximos doce meses?

Objetivos empresariales cada vez más claros y definidos

A lo largo del año, se han llevado a cabo una serie de análisis sobre los clientes que han identificado la importancia del marketing digital y a través de él una serie de tendencias importantes, ya vistas en 2020, que probablemente se confirmarán en el año 2021.

Las organizaciones se esfuerzan por alcanzar sus objetivos a través de iniciativas dirigidas a:

- Innovación en la empresa, no sólo a nivel de productos o servicios, sino sobre todo a nivel de procesos operativos.
- Ganar cuota de mercado mejorando la experiencia del cliente y aprovechando los canales digitales, cada vez más utilizados por los clientes;
- Derrotar a la competencia de las llamadas "primeras empresas digitales", aprovechando su riqueza de competencias.
- Impulsar la automatización de los procesos hacia nuevas fronteras, no sólo para reducir el tiempo y el coste de las actividades repetitivas, sino también para garantizar la continuidad del negocio y crear interacciones más inteligentes.
- Reducir el tiempo de comercialización, con el fin de llevar los productos y servicios al mercado con mayor rapidez.

Cabe señalar que estas iniciativas no sólo representan retos difíciles por sí mismas, sino que incluso se vuelven casi divergentes cuando se persiguen más de una.

El papel de las tecnologías de la información en la consecución de estos objetivos

Para su implantación, las TI se consideran cada vez más un elemento estratégico y no sólo un proveedor de servicios de apoyo a la empresa.

El año 2021 traerá consigo una nueva aceleración de los procesos de transformación digital ya en marcha, el marketing y la nueva normalidad, prometen cambiar radicalmente la esencia misma de las estructuras empresariales, añadiendo dinamismo, flexibilidad y resiliencia.

No es casualidad que, casi dos tercios de las empresas europeas mantengan, o incluso aumenten, sus inversiones en tecnologías de la información y en marketing digital después del covid-19, a pesar de una situación macroeconómica que es todo menos favorable.

Los habilitadores tecnológicos que impulsan la innovación digital

En un momento en el que las empresas tienen clara la necesidad de seguir innovando para mantener las tendencias del marketing - o mejorar- su competitividad, y el papel fundamental de la tecnología en este amplio proceso de transformación digital, se debe prestar mucha atención a los habilitadores tecnológicos que jugarán el papel más concreto en esta transición.

Las interacciones con los clientes han demostrado que hay ciertos paradigmas que las empresas no pueden ignorar para diseñar su futuro de forma más eficaz:

- Multi-Cloud, junto con Containers: para garantizar una mayor flexibilidad y agilidad en el desarrollo y entrega de aplicaciones y servicios

- Big Data, Inteligencia Artificial, Machine Learning: para transformar la enorme cantidad de datos que las organizaciones producen y recogen continuamente en información empresarial útil, con el fin de crear eficiencia y competitividad

- Infraestructuras programables: la posibilidad de poder programar y reprogramar los componentes del Centro de Datos para poder ofrecer todo en modo as-a-service, de forma más oportuna y cercana a las necesidades reales de los usuarios

- Edge Computing: la capacidad de trasladar la potencia de cálculo y, por tanto, la prestación de servicios lo más cerca posible de su uso, ganando tiempo y rendimiento

- 5G: con sus prestaciones y su capilaridad, será el marco de apoyo sobre el que se injertarán todas las tecnologías mencionadas.

Factores críticos a tener en cuenta

La matriz formada por los objetivos de negocio y las tecnologías facilitadoras se completa con una serie de factores críticos, que hay que tener en cuenta para garantizar un rendimiento acorde con las expectativas y necesidades de las empresas.

- Seguridad: la necesidad de estar siempre en marcha y siempre conectado traerá consigo la necesidad de revisar los propios procesos con vistas a la seguridad por diseño, es decir, con la seguridad en la base, ahora más que nunca con infraestructuras informáticas cada vez más dispersas y remotas y por tanto, aún más sujetas a ataques y a posibles criticidades operativas.

- Portabilidad: la posibilidad de poder trasladar una carga de trabajo o una aplicación de una determinada plataforma a otra, independientemente de su tipo, en cualquier momento y sin ninguna pérdida de servicio.

- Gestión de múltiples nubes: cuantas más organizaciones elijan diferentes proveedores de nubes y arquitecturas híbridas, más fundamental será.

- Automatización extensiva: la capacidad de automatizar los procesos empresariales, no sólo las operaciones repetitivas de bajo nivel.

- Integración rápida y eficaz de datos y procesos para multiplicar los efectos positivos de la automatización en todos los niveles.

Sin embargo, los elementos mencionados hasta ahora pueden no ser suficientes para una verdadera revolución digital en la organización. De hecho, la tecnología por sí sola puede ser insuficiente si no va acompañada de una evolución en términos de cultura corporativa, una mayor colaboración entre TI y el negocio y la adopción de prácticas más ágiles. De ahí una mayor conciencia de que los beneficios de la transformación digital pueden ser amplificados por una evolución organizativa igualmente significativa.

Datos de contacto:

AGENCIA DE MARKETING DIGITAL - PROFESIONALNET

Comunicado de prensa de la Agencia de Marketing Digital Profesional

916772505

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>