



E-BUSINESS

Esté o no listo, se viene la empresa 2.0



MARCELO MONTADO
GERENTE GENERAL DE ESQUEMAS.COM
mmontado@esquemas.com

No lo dudo, estará pensando: "No termino de asimilar el impacto del e-business —me cuesta identificar qué procesos empresariales debo atacar con Internet, si me dedico al comercio electrónico o monto servicios on-line—, cuando me vienen con más cosas. Ahora resulta que debo crear un Facebook para mis empleados". Bueno, sí y no, ni tanto ni tan poco. Lo cierto es que si lidera una empresa, si tiene un puesto gerencial, si toma decisiones que afecten el destino de su compañía, este jaleo seguirá.

Estamos entre dos eras, esto es medular que lo entienda antes de hablar de la Empresa 2.0, porque cuesta dinero y esfuerzo, pero debe hacerse. No me refiero a incorporar herramientas de la *social media* en su empresa, sino a acompañar la evolución de la humanidad en el pasaje de la era industrial a la era de la información, cambios que indefectiblemente afectan a su organización, que de no procesarlos, puede que hagan desaparecer a su empresa. ¿Alarmista? No, ignorar tecnologías y aspectos disruptivos que suceden, es hacer la del avestruz.

Lo invito a pensar en algunos ejemplos. La PC, un contundente ejemplo de tecnología disruptiva: se fue adoptando, se generalizó y se quedó. Aunque sorprendentemente quedan ejemplos propios del Jurassic Park (disculpe la franqueza, empresas que trascienden la unipersonal, no pueden, no deben dar ese hándicap), cuando hay apagón viene el recuerdo de cómo era la empresa antes del PC. Pero veamos otra, más reciente, propia del e-business: el email. ¿Puede su empresa hoy vivir sin él? Compitió con el fax, y le ganó por K.O. en menos de 5 rounds.

Pues llegó otra más. La web 2.0, las redes sociales, los medios sociales, el poder del contenido en los usuarios, la colaboración y la expresión espontánea, amateur, la inmediatez de los mensajes, la propagación por capilaridad de redes, simplemente colosal. Facebook, 500 millones de usuarios, Twitter, casi 100 en tres años, YouTube, 20 horas adicionales de vi-

deo por minuto, y la Web 2.0 se le está metiendo en su empresa. No se esconda, no la combata, no se ponga a tapar el sol con el dedo. Aprovéchela.

Puede que sea de los que piensan que las redes están cambiando la forma de relacionarse de los jóvenes, que son cosas de sus hijos, pero resulta que son los empleados actuales o futuros. Ellos esperan naturalmente relacionarse, colaborar, comunicarse en el trabajo de la misma forma que lo hacen en su vida social. Conocen la forma y se sienten muy cómodos.

Ante el lanzamiento de un nuevo servicio web desarrollado en mi empresa, lo primero que me preguntó mi hija de 18 años fue cómo hacía para vincularse con otros usuarios.

Simplemente la empresa 2.0 es la inclusión de herramientas de

No se esconda, no la combata, no se ponga a tapar el sol con el dedo. Aprovéchela

la web 2.0 para el uso con clientes, proveedores y también empleados. Espero dejarlo pensando en qué forma podría adoptarlas, para qué, cuáles serían sus beneficios, cuáles sus riesgos, quienes serían sus impulsores, quiénes se resistirían.

Puede optar por dos caminos. El de la avestruz, el lento, arriesgando la posibilidad de influenciar sobre lo que los clientes hablan de su empresa —porque hablar van a hablar, no importa lo que usted haga—, o perder empleados que esperan que las innovaciones se reflejen en la forma de relacionarse en su trabajo. O por el camino rápido: plantearse los impactos y cambios culturales que deben procesarse, y trazarse un plan de adopción de estas tecnologías.

Para ir adelantando, si aún no lo hizo, comience a experimentar ya la web 2.0. Le llevará tiempo, su recurso más escaso, pero será una buena inversión.

Estrategia → SIGUEN EL MODELO IKEA

Hoteles boutique experimentan auge

Cambio. Las principales cadenas de EEUU impulsan hoteles para viajeros frugales con comodidades de lujo, para enfrentar la baja en la demanda provocada por la crisis global

Las principales compañías hoteleras de EEUU, golpeadas por las mayores caídas del sector desde la Gran Depresión, están tratando de hacer por el alojamiento lo que Ikea hizo por los muebles: ofrecer productos elegantes a precios bajos.

Starwood está creando hoteles boutique para viajeros frugales, con habitaciones a unos US\$ 119 por noche. Eso dista mucho de las tarifas de US\$ 399 a US\$ 639 que se cobran en los lujosos W Hotels de la compañía. InterContinental sigue una estrategia parecida con su cadena boutique Hotel Indigo.

Ambas compañías tratan de capitalizar una fórmula popularizada en los ochenta, cuando propiedades pequeñas con lujosas comodidades, interiores de diseñador y decorados curiosos ganaron adeptos. Esta vez la demanda fue fomentada por una recesión.

Los ingresos de las cuatro principales compañías hoteleras de EEUU bajaron de 16% a 22% en los nueve primeros meses. Las tarifas caerán en 2010 por segundo año consecutivo conforme ofrecen rebajas para atraer clientes, según PricewaterhouseCoopers.

REACCIÓN CONTRA EL DERROCHE

Los operadores también están lidiando con una merma de los viajes de negocios, ya que las empresas dejaron de usar hoteles caros para conferencias y convenciones.

Las boutique están diseñadas para viajeros que desean tener una experiencia hotelera singular sin gastarse US\$ 500 por noche.

Los W Hotels se hallan equipados con fundas de edredón de algodón orgánico percal de 400 hilos por pulgada cuadrada producidas por la diseñadora sueca Anki Spets. Las camas tienen colchones "pillow-top" de plumas y cabezales recubiertos de piel. Algunos vestíbulo están amueblados con piezas diseñadas por Philippe Starck, incluso sillas estilo Luis VX que se venden a US\$410 en la tienda del hotel.

En la cadena Aloft de Starwood, la marca boutique de servicios limitados de la compañía, las cosas son más espartanas. En la localidad de Rancho Cucamonga, estado de



ALOFT. El bar del hotel boutique de Rancho Cucamonga en California

California, el Aloft es contemporáneo sin las etiquetas de diseñador. Las sábanas son de 200 hilos y solo un puñado de empleados atienden la propiedad. En los establecimientos W hay una docena o más, según Kimberly Ervin, la directora de ventas.

REFRIGERADORES VACÍOS

En vez de hallarse llenos de vinos y bebidas espirituosas caras, los pequeños refrigeradores en cada habitación de un Aloft están va-

cíos. Las duchas tienen envases de champú y gel para el baño pegados a la pared. Las cabezeras están hechas de corcho, mientras que un grabado de piel de vaca, en vez de la piel en sí, decora la pared.

Los espacios públicos rebosan de moderna elegancia. Por todo el vestíbulo de 325 metros cuadrados se oye música pop. Se la puede oír incluso bajo el agua en la piscina al aire libre. El Aloft de Cucamonga ofrece habitaciones a US\$99 por noche. (Bloomberg)

VIDEOCONFERENCIA POLYCOM • PROYECTORES Y LCD NEC • SONY | PANASONIC | SAMSUNG •



ALQUILER DE SALAS DE VIDEOCONFERENCIAS

WHITEBOARDS INTERACTIVOS | CÁMARAS DE DOCUMENTOS
MONITORES DE PLASMA Y LCD | AUDIO EMPRESARIAL.

Representamos a las marcas líderes. Asesoramiento Y Respaldo Total.
Diseño y Equipamiento de Salas Empresariales con la última tecnología.
Somos pioneros en Uruguay en Monitores de Plasma desde hace 14 años.



26 de Marzo 988 esq. Ellauri Tels. 707 8171 | 707 2822
www.varelaaudiovisuales.com