

Profesor Michael Rosemann, Ph.D.:

“Los bienes públicos digitales están cambiando la manera de relacionarse con los consumidores”

En el marco del “Taller Internacional BPM IV”, el Director de la Escuela de Sistemas de Información de la Universidad de Tecnología de Queensland, Brisbane, Australia, realizó una charla magistral acerca de cómo innovar en los procesos para crear valor hacia los clientes y los accionistas.

Haciendo hincapié en la fuerza de la innovación como fuente de soluciones en los modelos de negocio, aprovechando las nuevas herramientas que ofrece la sociedad digital, entre ellas las redes sociales, el profesor Michael Rosemann realizó una de las presentaciones centrales del “Taller Internacional BPM IV, Innovando en los Modelos de Negocio a Partir de Enterprise Architecture (EA) y BPM”.

Este encuentro, organizado por el Master in Business Engineering (MBE) del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, constituyó una excelente oportunidad para los asistentes de absorber distintas experiencias que han dado cuenta en el mundo de los beneficios de aplicar la arquitectura de los procesos para conseguir organizaciones eficientes y bien conectadas con sus públicos de interés.

Durante su presentación “¿Cómo innovar en los procesos?”, el profesor Rosemann, Director de la Escuela de Sistemas de Información de la Universidad de Tecnología de Queensland, destacó que la fuerza de gravedad de los que llamó “bienes públicos digitales” está cambiando la manera de relacionarse con los consumidores.

“Estas nuevas capacidades pueden cambiar la forma cómo trabajamos de cara a los clientes”, dijo.

Luego ilustró sus afirmaciones con una serie de ejemplos, entre ellos el de la aerolínea Delta, que ingresó todos sus procesos en Facebook, como itinerarios, cambios de vuelos e incluso la posibilidad de pagar los tickets a través de esta red social. KLM, por su parte, emplea activamente las cuentas de sus usuarios en Twitter para conocer su experiencia en vuelo y los aeropuertos e interactuar directamente con ellos, a través de presentes personalizados, consiguiendo de este modo generar un mayor contacto emocional de los pasajeros con la compañía.

Rosemann agregó que incluso existen entidades financieras que están usando Facebook para transferir dinero.

“Esto no es mirar al futuro, todo esto es algo que está ocurriendo”, enfatizó el académico.

Esta mirada acerca de cómo provocar un cambio organizacional de cara a la satisfacción de los clientes no implica necesariamente cambiar la forma cómo se concibe la empresa, ni sus productos o servicios, aclaró. El aporte, dijo, es que permite comprender mejor a la empresa y enfrentar más acabadamente los procesos de negocio.

Según Michael Rosemann, algunos hilos conductores de este tipo de procesos son:

1. La innovación, punto que graficó comentando que en Corea del Sur, donde se encuentra la segunda sociedad que más horas dedica al trabajo en el mundo, una cadena de supermercados creó un modelo de tienda virtual, sobre la base de imágenes de oferta real instaladas en el metro de Seúl, cada uno de los cuales cuentas con códigos QR que permiten a los consumidores realizar su compra de

forma *on line* con sus smartphones, consumiendo un mínimo de tiempo, productos que luego llegan directamente a sus hogares.

2. Aprovechar activos subutilizados para generar ingresos. Por ejemplo, estacionamientos de supermercados en horario nocturno.

3. Aprender a partir de la experiencia de otros.

Rosemann concluyó que las innovaciones que llevan a cambiar la estrategia de una empresa implican enfocarse en procesos y recursos con el fin, en definitiva, de crear valor para los clientes y los accionistas.

Jorge English