

¿La Brecha Digital le afecta, y a su negocio?

Si no llegamos, ¡caminemos!

Por Samuel López de la Iglesia

“El movimiento se demuestra, andando”, dice el dicho. Y lo que hace menos de diez años era una rareza, como incluir una @ en una tarjeta de visita, hoy ha pasado a ser el medio de comunicación más usado por las personas, empresas e instituciones de todo el planeta.

Hablar de madurez me parece excesivo, si bien es cierto, que esta cuestión de “informáticos” llamada Internet, ha pasado a ser una cuestión de “personas”, que día a día interactúan, descubren y usan este medio de comunicación.

Varios años se lleva oyendo la expresión “brecha digital”, como aquella que separa a los individuos en función de su relación con estas tecnologías. Para el grupo de personas nacidas antes de 1975, aproximadamente, y que conocimos la televisión en blanco y negro, por ejemplo, esta tecnología es desbordante.

Para el segundo grupo, los nativos digitales, el correo electrónico es algo que casi no conocen. Como dice mi sobrina, “ah, si, eso que tuve que hacer para abrirme el Messenger y el Tuenti.”. Para ellos, no es “tecnología puntera”, más de lo que para usted o para mi es una calculadora.

Lo relevante, es lo que se puede hacer con ella. La velocidad de la información determina directamente el éxito económico. Si puedo tener información, antes que mi competidor, voy a ganar. En cada ocasión.

Le propongo un pequeño ejercicio de visualización, apoyado en esos fantásticos “electrodomésticos virtuales”, que son youtube y wikipedia.

- Hecho: *Las primeras emisiones de Televisión en España* comienzan en la década de los años 50. (http://es.wikipedia.org/wiki/Televisión_Española)

- Lo que veían nuestros abuelos (los que tenían televisor, MUY pocos en esa fecha). Visite, el enlace youtube, Lista de Reproducción “España años 50, vista a través de la publicidad”.

http://www.youtube.com/view_play_list?p=8EC1670554435544

- Lo que vemos hoy TODOS. Visite, el enlace youtube, Lista de Reproducción “Planeta Tierra año 2010, visto a través de la publicidad”.

http://www.youtube.com/view_play_list?p=35EA3A70E8D7D4AF

¿Qué ha aprendido?

Podría hacer, en este punto, una reflexión adicional. ¿A cuál de los dos modelos se parece más SU forma de organizar, trabajar, vender?, ¿Por qué motivos?, y ¿cómo podría incorporar algo nuevo a su actividad?

¿Cómo le motiva esa perspectiva?

Una gran masa de la población en el “mundo desarrollado” queda en estos momentos falta de referencias, por la profundidad y velocidad de unos cambios sociales, económicos y políticos, que no piden permiso para suceder. Las Instituciones pierden crédito a favor de las personas que las componen. Esto es un reto para las Instituciones, y una oportunidad para las personas.

Es deseable, el estímulo de los poderes públicos para la actividad emprendedora, como fuente de riqueza, trabajo, y progreso en cualquier sociedad de nuestra época. Esperar a que esto suceda, posiblemente, el peor error que se puede cometer.

Será la acción de personas individuales, como usted o como yo, la que propiciará el cambio en las Instituciones a que pertenecemos, y con las que colaboramos. Le invito, pues, a reinventar su actividad, para que sea más útil y accesible a sus clientes.

* extracto del libro “Cómo mejorar la comunicación con sus clientes”

www.pymecoaching.com