

## NOTA DE PRENSA



## GFT propone 5 pilares para transformarse digitalmente y no perder competitividad en tiempos de COVID-19

- La compañía analiza cómo la actual crisis sanitaria ha trastocado el enfoque, las reglas y la priorización de la transformación digital en las organizaciones
- Convertir digitalmente tanto a clientes como a empleados, adaptarse a los nuevos patrones de comportamiento, romper muros internos, apostar por nuevas tecnologías exponenciales o encontrar oportunidades emergentes son algunos de los consejos para no perder competitividad
- GFT también ha desarrollado un método para realizar un diagnóstico que permita a las empresas conocer su grado de transformación digital y así poder tomar medidas de mejora y volver a priorizar las acciones a realizar

**Madrid/Barcelona, 21 de abril de 2020 – GFT, compañía de TI especialista en transformación digital, ha analizado cómo la crisis sanitaria por la COVID-19 afecta a las empresas. Muchas habían iniciado procesos de innovación y digitalización que ahora se están viendo transformados o acelerados. Gracias a su experiencia y conocimiento, GFT ha trabajado alrededor de cinco áreas clave para ayudar a las organizaciones en esta situación excepcional, diseñando además un método para realizar un diagnóstico que permita a las compañías saber cuál es su grado de digitalización y poder tomar las medidas necesarias para mejorar, consiguiendo así información relevante para replantear y acelerar su proceso de transformación.**

A lo largo de los últimos años una gran cantidad de compañías han emprendido cambios en materia de innovación y transformación digital. Sin embargo, ¿están las organizaciones preparadas para responder al contexto actual de la COVID-19? Como especialista en transformación digital, GFT ha desarrollado en las últimas semanas un plan basado en 19 aspectos que permite a cualquier empresa conocer su grado de digitalización hoy en día. Gracias a la posibilidad de realizar un test digital, el equipo de expertos de GFT ofrece un diagnóstico sobre el nivel de transformación digital actual, así como las posibilidades de mejora y las medidas que puede tomar al respecto. De hecho, la compañía ya ha definido cinco pilares clave para analizar los aspectos más destacables que permitan no perder competitividad en el escenario actual.

### 1. Orientarse tanto a clientes digitales y no digitales, como a empleados

Hasta ahora, la mayoría de las compañías habían puesto la atención en quienes recibían la transformación digital con los brazos abiertos: los clientes digitales. Sin embargo, la crisis actual revela la necesidad de focalizarse en otros segmentos no tan atendidos: grupos de edad avanzada; personas con capacidades especiales (visión, audición o motricidad reducida); expatriados con necesidades particulares por distanciamiento; pymes; grandes corporaciones u otros clientes que se manejaban de forma más física... Todos representan desafíos para adaptar digitalmente productos y servicios. Además, otra prioridad es la digitalización de los empleados que, con el confinamiento, cobra una urgencia máxima para no perder productividad.

### 2. Adaptarse a los nuevos patrones de comportamiento

Los cambios de hábitos suelen variar en ciclos de años, pero la situación actual acelera estas transformaciones y puede sembrar la semilla de un comportamiento diferente para el futuro. Estos

días muchas reglas básicas saltan por los aires y hay que poner énfasis en descubrir nuevos patrones de comportamiento para mantener la calidad del servicio en consonancia con las necesidades. Por ejemplo, hasta hace poco nos parecía normal teclear un pin en un TPV o llevar efectivo, pero ahora estas cosas tan sencillas se cuestionan. En este sentido, habrá que hacer un gran esfuerzo por digitalizar tareas que antes requerían contacto físico y acelerar tiempos. También será necesario rediseñar procesos para conseguir que sean completamente digitales (*onboarding*, firmas digitales, *ticketing*, etc) y automatizar tareas de soporte (automatización de *call centers*, incremento de asistentes inteligentes y *bots*, etc).

### 3. Romper muros en procesos internos

Los sociólogos predicen transformaciones que afectarán a la manera de interactuar entre personas pero, también a la forma de operar de las empresas. Muchas han tenido que adaptarse a las nuevas circunstancias con imaginación y aprovechando las herramientas tecnológicas. Las ya digitalizadas anteriormente siguen manteniendo el mismo nivel de productividad, mientras que las que iban más rezagadas están descubriendo fórmulas para mantenerse operativas. En el ámbito corporativo, si es posible el trabajador no debe desplazarse a su puesto de trabajo ahora, por lo que cambian las prioridades de disponibilidad presencial, pudiendo ajustar su tiempo a la tarea sin tener que afectar a su rendimiento. Para ello, es necesario facilitar herramientas corporativas que permitan la comunicación remota pero también acordar horarios dentro de un ámbito de flexibilidad. Ha llegado el momento de repensar los procesos, pero no únicamente para este momento. Lo nuevo-bueno debería mantenerse en el futuro.

### 4. Apostar por nuevas tecnologías exponenciales

El confinamiento ha provocado que veamos lo que está ocurriendo a través de una pantalla. La información está más accesible que nunca, pero nos sentimos más inseguros y vulnerables. La protección de los datos personales es fundamental ya que su movimiento ha aumentado exponencialmente. Los estados velan por nuestra seguridad física, pero comienzan a controlar los movimientos de la población también para comprobar que estamos en un entorno seguro. Cedemos datos y su gobierno para tener la certeza de estar protegidos. Esto supone que la ciberseguridad se convierte en fundamental. Ya no es posible retrasar la introducción de nuevas tecnologías como el procesamiento a gran escala en *cloud*, el IoT o la *Spatial Web*.

### 5. Encontrar oportunidades emergentes

Es necesario demostrar la capacidad de adaptación y reinención. Ante las situaciones de crisis surge la imaginación rediseñando lo que deja de funcionar. Es una oportunidad para generar nuevos modelos de negocio donde lo virtual tiene un mayor valor. La gente demanda interacciones humanas a través de medios digitales y es aquí donde toman mayor sentido soluciones basadas en interacción por voz y conversacionales. Disponer de más espacios digitales supondrá que los trabajadores que tenían una relación física podrían convertirse en agentes remotos y contar con el soporte de *smart assistants* para dar respuesta a la alta demanda. Surgirán nuevos roles y responsabilidades y hay que estar preparados para dar respuesta al desafío.

Más información sobre el procedimiento y los aspectos claves definidos por GFT [aquí](#).

#### Sobre GFT:

GFT impulsa la transformación digital de entidades líderes a nivel mundial en el sector financiero, asegurador e industrial. Como proveedor de servicios de TI e ingeniería de software, ofrece sólidas habilidades en consultoría y desarrollo en todos los aspectos relacionados con tecnologías pioneras, como ingeniería *cloud*, Inteligencia Artificial, modernización de *mainframe* e IoT para Industria 4.0.

Con su profunda experiencia tecnológica, conocimientos de mercado y sólidas alianzas, GFT implementa soluciones de TI escalables para aumentar la productividad. Esto proporciona a los clientes un acceso más rápido a nuevas aplicaciones de TI y modelos de negocio innovadores, a la vez que reduce el riesgo.

Fundada en 1987 y ubicada en 15 países para garantizar la proximidad de sus clientes, GFT emplea a 5.900 personas. Les ofrece oportunidades profesionales en todas las áreas de ingeniería e innovación de software. La acción de GFT Technologies SE cotiza en el *Prime Standard* de la bolsa de Fráncfort.

---

En España, GFT opera desde 2001, donde tiene un equipo de cerca de 2.000 profesionales repartidos entre sus sedes de Alicante, Lleida, Madrid, Sant Cugat (Barcelona), Valencia y Zaragoza.

[www.gft.com/](http://www.gft.com/)

**Contacto para medios:**

Francisco Blas  
Corporate Communications Manager  
GFT Spain  
T +34 93 563-9612  
[francisco.blas@gft.com](mailto:francisco.blas@gft.com)