

# El analfabetismo tecnológico de la empresa

**En España, todavía hoy un 2% de la población no sabe leer ni escribir. Pero para el autor del artículo hay otro analfabetismo, aun peor si, después de erradicar uno, queremos competir en el mundo empresarial globalizado**

**A**nalfabetismo: "falta de instrucción elemental en un país, referida especialmente al número de ciudadanos que no saben leer". Analfabeto: "que no sabe leer ni escribir"; por extensión, "profano en alguna disciplina" (2ª acepción) (Diccionario de la Real Academia Española).

El analfabetismo que menciona la Real Academia Española, el que podemos considerar "clásico", en España está prácticamente erradicado, alcanzando a menos de un 2% de la población. Sin embargo, la irrupción de las tecnologías de la información y las comunicaciones nos ha traído nuevos tipos que vamos a intentar describir a continuación:

- El analfabetismo tecnológico del ciudadano. Conocimiento básico que debe tener cualquier persona en el uso de la tecnología, considerada como el complemento de la comunicación hablada y escrita. Se trata, ni más ni menos, de que una sociedad sea capaz de comunicarse y progresar utilizando la tecnología de manera cotidiana. Este aspecto está siendo analizado desde hace ya bastante tiempo por los Gobiernos, lanzando, con mayor o menor éxito, programas enfocados a la reducción del índice de analfabetismo tecnológico del país como garantía de avance.

- El analfabetismo tecnológico del trabajador. Focalicemos al ciudadano como trabajador. Saltamos de la necesidad de la tecnología en lo cotidiano a la necesidad de su uso en la empresa, convertida en condición básica para poseer una mejor "empleabilidad". Ya en los procesos de selección se está incrementando el nivel requerido en destrezas tecnológicas, partiendo de unos mínimos imprescindibles.

- El analfabetismo del trabajador en la empresa. Aquí el trabajador es concebido desde el punto de vista de la aplicabilidad de sus conocimientos a la compañía en la que está empleado. El nivel de analfabetismo en la empresa será consecuencia de las incapacidades tecnológicas de sus empleados. Actualmente, una empresa cuyos integrantes no dominen los fundamentos de las tecnologías de la información y la comunicación tiene una grave desventaja competitiva. El tiempo, además, juega en su contra.

- El analfabetismo de la empresa. El matiz en la empresa o de la empresa es importante. Estamos ampliando el concepto y considerando que la empresa se sitúa en un estadio competitivo superior cuando asimila la tecnología, la maneja y la pone a su servicio. Los equipos directivos son los que condicionan en gran medida el nivel en el que se encuentra la compañía.

Una vez mostrada esta clasificación quizá quede alguien que pueda pensar: "sí, eso está muy bien para una empresa que se dedique a la informática, pero a mi sólo me afecta en lo operativo, es decir, en que los empleados conozcan bien cómo funciona Office, Internet y los programas de gestión que tiene la compañía". No, no hablamos de ese analfabetismo, que también, sino del hecho de que la empresa, representada por sus directivos, no esté aprovechando las oportunidades que le brinda la tecnología para, como mínimo, no quedarse atrás y, si es posible, apalancar ventajas competitivas a partir de la elección y el uso inteligente de esa tecnología. Además, el analfabetismo tecnológico es autoincremental: no conocer lo básico afecta al conocimiento de lo avanzado, perdiéndose aún muchas más oportunidades.

## LA TECNOLOGÍA, HERRAMIENTA PARA CRECER

Se trata de ir más allá. En un mundo empresarial globalizado puede surgir en cualquier momento un cambio tecnológico radical que permita a otros competidores adelantarnos por la derecha. Por lo tanto, la clave está en la voluntad y la proactividad, en afrontar los cambios tecnológicos como parte de la estrategia de la empresa, en tomar decisiones apoyadas en la mayor cantidad de información inteligente posible.

El siglo XXI es el siglo de la información. El cambio nos puede superar por falta de rapidez en nuestra capacidad de adaptación, y en el entorno de la gestión de la información, más si cabe. Disponer de avances tecnológicos al servicio de las empresas no debe ser enfocado como un capricho o un castigo divino. Debe ser incorporado como un nuevo paradigma, aprovechando sus virtudes para ir por delante, buscar y encontrar nuevos modos de diferenciación basados en el uso inteligente de la información.

Las herramientas de Business Intelligence descubren el camino de la ventaja competitiva apoyada en la tecnología. Sin embargo, seguirán existiendo compañías que se dirijan sin información, sin conocimiento, sin inteligencia; y algunas sobrevivirán, sin duda. Pero ¿cree que su empresa puede optar por este enfoque con el riesgo de comprobar, demasiado tarde, que ese modelo de empresa era la excepción?

**Francisco Diana Gómez**  
Socio-Director de Diana Solutions, S.L.  
[francisco.diana@dianasolutions.com](mailto:francisco.diana@dianasolutions.com)

