



Tecnología y negocio, aliados naturales gracias al 'cloud'

Juan Manuel Robles

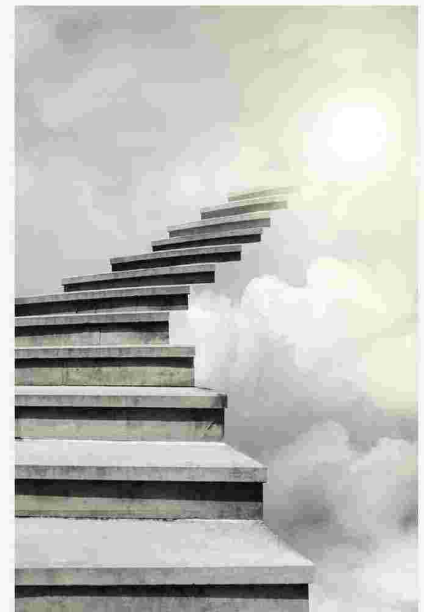
Director de *Cloud Solutions* en [Arsys](#)

Atrás han quedado los días en que el márketing digital era considerado una parte más de las técnicas *below the line* y una única persona diseñaba o programaba la web, hacía los *banners*, escribía los textos, etc. Las estrategias de márketing han integrado ya los soportes digitales en sus planificaciones de forma natural y generalizada. Es la única manera de llegar al nuevo consumidor digital, siempre conectado, siempre localizable y siempre dispuesto a compartir sus experiencias de compra.

Más allá del reto que supone, el entorno digital también es abundante en oportunidades de negocio. Para ello, es imprescindible que las organizaciones vayan más allá de la web y cuenten con tecnologías plenamente integradas en el negocio, que no pongan límites o barreras a sus estrategias y planificaciones,

tan dinámicas como este nuevo contexto, sin inversiones iniciales ni compromisos difíciles de amortizar. La tecnología que requiere el márketing del siglo XXI es el *cloud computing*, un aliado fácil de gestionar y que acelera su desarrollo sin obstáculos de ningún tipo.

Gestionando recursos informáticos desde la nube, las organizaciones están encontrando más fácilmente nuevas maneras de aproximarse al mercado y conociendo mejor a sus consumidores. Solo de este modo, entendiendo la tecnología como un servicio, es factible convertir los datos en información útil para el negocio (Big Data) o desarrollar soluciones IoT (Internet de las Cosas), por citar solo dos tendencias en auge en el proceso de transformación digital. Tanto para los grandes proyectos como para los pequeños, el *cloud computing*



es el facilitador que está integrando las herramientas del márketing digital en la cadena de valor del negocio. ■