



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas



La Omnicanalidad de las Tecnologías

AR Tema extractado del libro "**Análisis Funcional de Sistemas y Tecnologías de la Información**" de Aníbal M. Mazza Fraquelli - ISBN 978-987-26981-3-3

Presentación del Tema

La **omnicanalidad** en las Tecnologías de la Información (TI) refiere a la capacidad de una organización para **integrar, orquestar y gestionar de manera unificada todos los canales de interacción** con clientes, usuarios y stakeholders, garantizando **consistencia de datos, procesos y experiencia** a lo largo del tiempo. A diferencia de enfoques fragmentados, la omnicanalidad se apoya en una **arquitectura de sistemas de información integrada**, donde cada canal (web, móvil, presencial, redes sociales, call center, APIs) opera sobre **fuentes de datos compartidas y reglas de negocio comunes**.

Desde la perspectiva de la administración, la omnicanalidad no es un concepto de marketing aislado, sino una **decisión estratégica de diseño de sistemas de información**, con impacto directo en costos operativos, eficiencia de procesos, calidad de la información y toma de decisiones.

AR La **omnicanalidad**, desde una **definición de negocios**, es la **estrategia mediante la cual una organización integra y coordina todos sus canales de contacto, venta y atención** para ofrecer al cliente una **experiencia continua, coherente y sin fricciones**, independientemente del canal utilizado o del momento de interacción. En términos empresariales, la omnicanalidad implica que **los procesos, la información y las decisiones del negocio se gestionan de forma unificada**, permitiendo que el cliente inicie, continúe y finalice una relación comercial a través de distintos canales —físicos y digitales— sin pérdida de contexto, calidad ni valor. Su objetivo central es **maximizar la satisfacción del cliente, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer la toma de decisiones**, apoyándose en una visión integral del negocio y del cliente.

Desarrollo

En términos técnicos, la omnicanalidad exige la **interoperabilidad** entre sistemas y plataformas. Interoperability (interoperabilidad) implica que aplicaciones heterogéneas puedan intercambiar información de forma consistente y segura. Para ello, las organizaciones suelen apoyarse en arquitecturas orientadas a servicios (SOA – *Service-Oriented Architecture*, Arquitectura Orientada a Servicios), APIs (*Application Programming Interface*, Interfaz de Programación de Aplicaciones) y buses de integración (ESB – *Enterprise Service Bus*, Bus de Servicios Empresariales).

Un pilar central es la **gestión unificada de datos**. Sistemas como CRM (*Customer Relationship Management*, Gestión de Relaciones con Clientes), ERP (*Enterprise Resource Planning*, Planificación de Recursos Empresariales) y CDP (*Customer Data Platform*, Plataforma de Datos de Clientes) deben compartir un **modelo de datos común**, evitando duplicidades y contradicciones. Desde TI, esto implica definir un *single source of truth* (fuente única de la verdad), clave para reportes confiables y analítica avanzada.

La omnicanalidad también requiere **sincronización en tiempo casi real**. Tecnologías como *event-driven architectures* (arquitecturas orientadas a

eventos) y *middleware* de integración permiten que una acción iniciada en un canal —por ejemplo, una compra desde una aplicación móvil— sea inmediatamente reflejada en otros sistemas, como inventarios, facturación o atención al cliente. Aquí, la latencia y la calidad de servicio (SLA – *Service Level Agreement*, Acuerdo de Nivel de Servicio) son variables críticas.

Desde el punto de vista organizacional, la omnicanalidad introduce desafíos de **gobernanza de TI** (*IT Governance*, Gobernanza de TI). Es necesario definir responsabilidades claras sobre datos, seguridad de la información (Information Security, Seguridad de la Información), continuidad operativa y cumplimiento normativo. La experiencia omnicanal solo es sostenible si los controles internos y la arquitectura tecnológica acompañan el crecimiento del negocio.

Ejemplo aplicado: una cadena de supermercados que permite iniciar una compra por web, continuarla desde el teléfono móvil y finalizarla en tienda física. Desde TI, esto exige integración entre el sistema de e-commerce, el ERP de inventarios, el sistema de precios y el POS (*Point of Sale*, Punto de Venta). La omnicanalidad no se logra por el canal visible, sino por la **coherencia interna de los sistemas de información**.

Conclusión

La omnicanalidad debe entenderse como un **resultado de decisiones tecnológicas bien diseñadas**, no como una simple suma de canales. Para las organizaciones, implica invertir en **arquitecturas de integración, calidad de datos y gobierno de sistemas**, alineando TI con los objetivos estratégicos del negocio. Desde la formación en administración, resulta clave comprender que la ventaja competitiva de la omnicanalidad surge cuando los sistemas de información permiten **fluidez operativa, trazabilidad de datos y soporte efectivo a la toma de decisiones**.

Preguntas de autoevaluación

1. ¿En qué se diferencia la omnicanalidad de la multicanalidad desde la perspectiva de los sistemas de información?
2. ¿Qué rol cumplen las APIs y los sistemas de integración en una estrategia omnicanal?

3. ¿Por qué la gestión unificada de datos es crítica para la omnicanalidad?
 4. ¿Qué riesgos aparecen si no existe una adecuada gobernanza de TI en entornos omnicanal?
 5. ¿Cómo impacta la omnicanalidad en la eficiencia operativa y la toma de decisiones gerenciales?
-

Material de Clases

Compilado por **Aníbal M. Mazza Fraquelli** Doctor de la Universidad de Buenos Aires para el uso de sus clases en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Contenidos de esta página

Los contenidos **aquí incluidos integran desarrollos y escritos propios del autor, así como materiales de terceros (documentos, textos, fragmentos, conceptos, imágenes, esquemas, definiciones u otros recursos)**, los cuales son utilizados a título ilustrativo, explicativo o formativo, respetando la normativa vigente en materia de derechos de autor y citando las fuentes cuando corresponde.

La selección, organización, adaptación pedagógica y contextualización de los contenidos constituye un trabajo original del autor, orientado a facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Este material no persigue fines comerciales y su reproducción, total o parcial, queda limitada al ámbito educativo, debiendo preservarse siempre la mención de la autoría y las fuentes originales.

Autorización de uso

Se permite la reproducción, comunicación pública, distribución y utilización total o parcial de los contenidos de su material, en formato físico o digital, con fines exclusivamente educativos, académicos o de divulgación, siempre que se respete la integridad del contenido y se incluya la correspondiente referencia a la fuente y a la autoría.

Las ideas, opiniones e interpretaciones contenidas en este material corresponden exclusivamente al autor.

Queda expresamente excluido cualquier uso con fines comerciales.