

Alta Gerencia

NOTICIAS A UN CLIC

Una empresa mediana puede ahorrar hasta \$160 millones con el teletrabajo

Invertir en innovación ayudará a las empresas a ganar beneficios fiscales

Las ventajas y desventajas que tienen los tres nuevos tipos de jefes en el mercado

Facebook

Twitter

Google +

LinkedIn

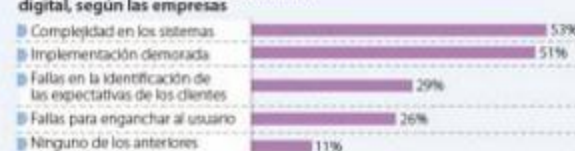
Martes , Agosto 30, 2016

Enganchar usuarios, uno de los retos de los gerentes en la digitalización

ANORAMA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS

Principales retos de la transformación digital, según las empresas

Principales retos de la transformación digital, según las empresas



Factores que motivan la transformación digital



Nivel de actividad de transformación digital en las empresas



Porcentaje de proyectos con altos niveles de transformación digital por país



51%

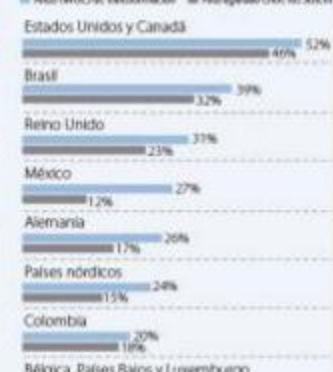
de las empresas consideran que su organización no está lista para dar el salto a la transformación digital.

73%

de los encuestados consideran que su organización está lista para dar el salto a la transformación digital.

Relación entre los niveles de transformación digital y la agilidad de los sistemas por país

Alto nivel de transformación | Alta agilidad entre los sistemas



Bogotá A partir del boom de la tecnología que se vive desde finales del siglo XX, las personas han venido atravesando por un cambio que se ha evidenciado no solo en su forma de pensar sino también en la de consumir, lo que generó un desarrollo del sector en los últimos años que se dedicó a satisfacer las necesidades de los consumidores, obligando a los gerentes a dar el salto hacia la digitalización.

Esta transformación tuvo un alto impacto en las organizaciones, pues ha sido allí donde los CEO debieron empezar a adaptarse y evolucionar para compenetrarse con el mundo digital y así conocer a los usuarios de estas plataformas para engancharlos a sus productos y servicios, algo que ya venían haciendo en el entorno tradicional, pero que se convirtió en todo un reto en el nuevo universo que pasó de ser una enorme base de datos a toda un nuevo mercado.

Según el estudio global sobre el estado de la transformación digital, realizado por la empresa de software y automatización digital de procesos, Bizagi, 73% de 1004 empresas consultadas al rededor del mundo consideraron que no transformarse rápidamente hacia un terreno digital, conlleva al fracaso de la compañía en todos los aspectos. Sin embargo, según el mismo informe, solo 32% de estas compañías ha implementado o está desarrollando proyectos de alto nivel de transformación.

Esto, según le dijo a LR el experto en estrategia y profesor de la Universidad Nacional, Carlos Rodríguez, puede deberse, en gran sentido, a la negativa de las empresas tradicionales de involucrar a su sociedad en un entorno en el que no han estado acostumbrados a estar. “Pareciera que entre más antigua y mayor la experiencia, la empresa se siente más consolidada en los mercados tradicionales y, entonces, el entorno digital solo le sirve para referenciación de la organización en temas publicitarios, mas no para transacciones o prestación de servicios”, aseguró.

Otra de las razones, según le explicó a este diario el socio de Acierto Consultores, Germán Gómez, es que las compañías “se han retrasado en tomar la decisión de buscar el complemento digital. Algunas se demoran más por desconocimiento, otras por subestimar el futuro (de las plataformas digitales) y otras porque el medio digital tiene un problema de monetización, pues a veces saben que hay que hacerlo, pero no sienten que haya urgencia o no tienen como volverlo rentable”.

Otros obstáculos

Dentro de los problemas que se encontraron en el estudio a la hora de encaminarse hacia la transformación digital, el más recurrente es la complejidad de administrar o cambiar los sistemas; seguido del gran tiempo que toma la implementación de los mismos; las fallas en la identificación de las expectativas de los clientes, y las dificultades a la hora de poder enganchar a los usuarios en las nuevas plataformas.

Dichos obstáculos, según el informe, genera la necesidad de los CEO y gerentes operativos de crear estrategias de planificación para poder hacerle frente a estas dificultades que se presentan porque cerca de dos tercios de las firmas no preestablecen la complejidad de los sistemas y los procesos de negociaciones actuales, antes de iniciar las implementaciones.

Además, según Gómez, para poder hacer frente a las fallas de identificación de las expectativas de los consumidores, es importante que los ejecutivos establezcan planes para “conocer muy bien el mercado, los clientes y los competidores y cómo los primeros están teniendo acceso a los productos y servicios de la compañía”. También agregó que se debe “entender cuál es la participación de las interacciones en el medio digital y cómo usan la tecnología como una forma de adquirir productos y de vivir”.

Rodríguez argumenta que es importante que las empresas se “aproximen a los usuarios y destinatarios de los productos y servicios a atrevas de estas nuevas tecnologías que cada día son más innovadoras”.

Otra de las barreras planteadas es la de la “trampa de la agilidad”. Esta se produce cuando las compañías buscan una transformación digital rápida que se limita por “la complejidad comercial, organizacional o tecnológica”.

El vicepresidente ejecutivo de Bizagi para Latinoamérica, Juan Manuel Mogollón explicó en el informe que esta barrera se puede superar con tecnologías “que ayudan a evitar la complejidad del sistema, cultivan una cultura de la experimentación rápida y habilitan la agilidad operativa”.

Así pues, en palabras de los expertos, aunque la transformación digital le compete en mayor proporción a algunas empresas que a otras, es fundamental entender que ninguna compañía se puede escapar de ese nuevo entorno, pues la realidad de los consumidores se encuentra, a veces, más dentro de ese universo que del que se conoce como la ‘vida real’.

Las opiniones

Carlos Rodríguez

Profesor de la Universidad Nacional

“El entorno digital solo se ha tenido en cuenta para referenciar a la organización, pero no para la prestación de los servicios”.

Germán Gómez

Socio de Acierto Consultores

“La tecnología simplifica procesos para hacerlos más rápidos o cortos. Siempre hay una razón para unirse al entorno digital”.