

La era de la transformación digital

Siemens
www.siemens.com.ar

Nos encontramos en la era de la transformación digital. La proliferación de tecnologías disruptivas no solo está afectando al mundo empresarial, sino a la sociedad en su totalidad. La masificación de las redes sociales, los motores de búsqueda como principal fuente de información para el usuario, las tecnologías móviles cada vez más complejas, entre una infinidad de acontecimientos que se están dando de la mano de la tecnología, cambian de manera definitiva las reglas del juego poniendo la experiencia en el centro de la escena.

El ecosistema digital propone que los distintos sectores pierdan su carácter autónomo a favor de la conectividad y colaboración multidisciplinaria.

Hoy las personas tienen acceso a innumerables herramientas tecnológicas que facilitan las interacciones, generan conexiones de todo tipo, “democratizan” el acceso a la información e impulsan el crecimiento exponencial de los datos. Ello sucede a una velocidad inimaginable lo cual hace que todo comience a regirse por el tiempo real.

Sin duda, esta irrupción de nuevas tecnologías transforma nuestra forma de relacionarnos y de tomar decisiones, lo cual obliga al mundo empresarial a reformular sus modelos de negocios.

En este sentido, definimos la digitalización de una empresa u organización como la combinación de estrategia y operaciones con tecnología, innovación y analítica volcada a todos los eslabones de su cadena de valor: incluyendo la experiencia del cliente/usuario como centro, sus modelos de negocios y las operaciones del día a día. Se trata de un proceso en pleno movimiento y transversal a todos los sectores e industrias, donde ya no existe el status quo

y todo debe ser lo suficientemente flexible como para convivir satisfactoria y competitivamente.

El ecosistema digital propone que los distintos sectores pierdan su carácter autónomo a favor de la conectividad y colaboración multidisciplinaria.

Teniendo en cuenta lo anterior, al emprender el camino hacia la digitalización no se trata de adoptar tecnologías puntuales o soluciones para problemáticas específicas. Se trata de un concepto mucho más amplio y abarcativo; es un proceso de transformación 360 grados de las formas de hacer y pensar las cosas. La digitalización propone e implica un cambio cultural.

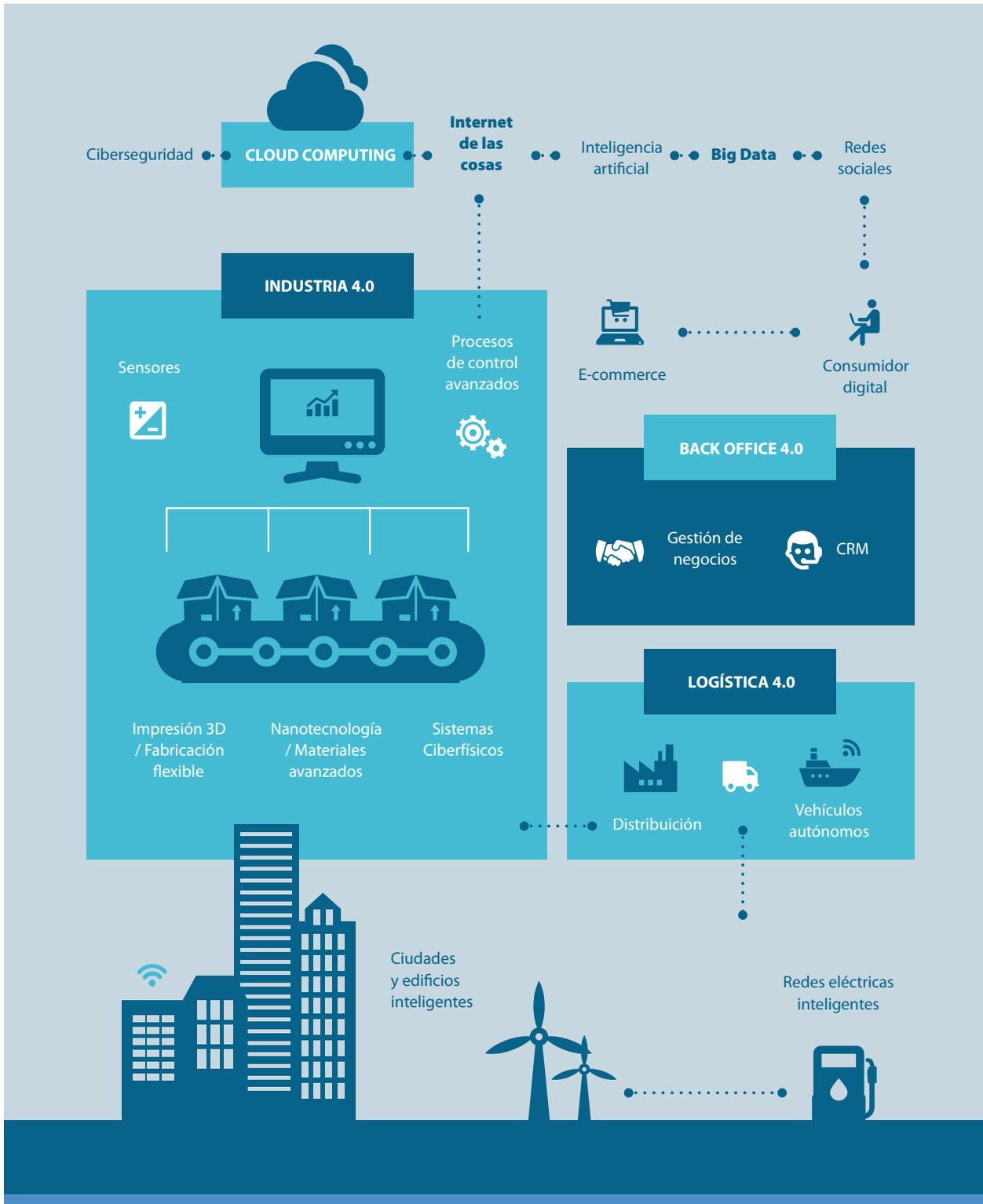
En Argentina se puede observar una intención clara de acelerar la digitalización por parte de los empresarios, aunque al mismo tiempo surge la carencia de una estrategia.

Si bien entre los empresarios hay un común entendimiento de que deben emprender una transformación digital para sobrevivir y sacar ventajas competitivas del entorno, solo muy pocas empresas lo implementan en la práctica de manera integral.

El ochenta por ciento (80%) de los empresarios argentinos creen que digitalizar sus empresas es un aspecto crítico para llevar a cabo sus procesos de innovación, sin embargo solo el 43 por ciento tiene un equipo dedicado a la innovación digital.

Por otra parte, todavía hay quienes consideran la digitalización de manera aislada, frecuentemente asociándola a sus áreas de tecnologías de la información (TI), razón por la cual se encuentran lejos del cambio transversal que propone el entorno.

En Argentina se puede observar una intención clara de acelerar la digitalización por parte de los



Ecosistema de digitalización



empresarios, aunque al mismo tiempo surge la carencia de una estrategia. Dicho en otras palabras, se sabe “qué”, pero se desconoce el “cómo”, lo cual demuestra una brecha significativa entre la teoría y la práctica.

El mundo empresarial en nuestro país se encuentre en un momento clave y definitorio, abriéndose una oportunidad única para dar un salto en su desarrollo.

Esta situación, lejos de ser una amenaza, representa una clara oportunidad para diferenciarse. La aceleración digital abre un abanico de posibilidades antes impensado y las empresas que se embarquen a tiempo hacia la digitalización serán las que logren grandes ventajas competitivas.

Hoy gran parte de la digitalización es impulsada por personas particulares, en contraposición a la contribución todavía tímida de las empresas. El usuario se encuentra un paso adelante y la mayoría de las empresas no cuentan aún con la flexibilidad estratégica necesaria como para poder anticiparse.

Es en este contexto en que *Siemens Argentina* realizó en el país este estudio que mide el grado de digitalización que tienen las empresas, cuál es su entendimiento y visión sobre este aspecto y qué oportunidades tienen para lograr convivir cómodamente en la era de la transformación digital.

En línea con lo mencionado anteriormente, el estudio evidencia un estado de madurez primario de la digitalización en Argentina. Si bien los empresarios tienen cierta familiaridad con el concepto, reconocen su importancia y el posible impacto en sus ganancias, necesitan ayuda para la conformación de una visión estratégica integradora.

Hay un gran potencial producto de las capacidades que vienen desarrollando las empresas y su creciente interés por acompañar su crecimiento con soluciones tecnológicas e innovadoras. Surge del estudio que más de un tercio de las empresas encuestadas se consideran sólidas en lo que se refiere al análisis de los datos, seguido de arquitectura y diseño de tecnología. Las industrias más avanzadas en estas áreas, por lo general, son la automotriz y la electrónica.

Dicho lo anterior, en general las empresas argentinas ya vienen incorporando tecnologías y digitalizando procesos. Las capacidades existen. Sin embargo, todavía tienen un gran desafío por delante cuando se trata de una visión más integradora y transversal a toda la compañía.

En temas como experiencia del cliente/usuario e ideación de soluciones innovadoras se evidencia menor madurez. Esta situación genera que el mundo empresarial en nuestro país se encuentre en un momento clave y definitorio, abriéndose una oportunidad única para dar un salto en su desarrollo. La era de la transformación digital implica un nuevo perfil del cliente/usuario más activo así como una estructura productiva con nuevos perfiles profesionales.

Estrategias centradas en la experiencia humana, uso de metodologías ágiles para idear y desafiar como ejercicio constante y la generación de nuevas formas de trabajar, basadas en entornos colaborativos para actuar con mayor rapidez, flexibilidad y con costos menos elevados podrían funcionar como sólidos cimientos para que las empresas argentinas puedan dar el salto hacia la digitalización. ■

Fuente. Siemens, *Estudio de digitalización en Argentina*