

RICOH: ¿Cómo comenzar la transformación digital en tu empresa?

Por Crispin Velez Villazón, Leader Digital Transformation de Ricoh IT Services Latin America

Las empresas, independientemente del sector al que pertenezcan y del tamaño que tengan, necesitan afrontar los nuevos retos de la economía digital para ser competitivas y no perder de vista las nuevas reglas del juego. Ahora bien, a la hora de abordar un proyecto de transformación digital hay que ser exigente. Lo que diferencia a un buen proyecto es la capacidad de unir este proceso no solo a la tecnología, sino también al negocio y con una estrategia clara. Uno de los principales problemas es que la mayoría de estas iniciativas siguen centrándose más en la tecnología que en las necesidades del negocio y en los objetivos estratégicos que apoyan esos procesos de negocio, razón por la cual las compañías no logran ver resultados tangibles.

En un proyecto realizado con éxito, los beneficios de la transformación digital son claros: mejora de los ingresos, del margen, de la valoración de los mercados, así como de la experiencia del cliente. Factores, todos ellos, relacionados con el negocio.

En la Transformación Digital puede abarcar un único proyecto o muchos, sin embargo, lo que se busca al transformar digitalmente el negocio es buscar eficiencias en procesos de negocios internos o externos dando como resultado entre otros; mejora de ingresos, aumento de márgenes, visibilidad de mercados, identificación de nuevas oportunidades, mejora en la experiencia del cliente (externo e interno).

El acceso a la información como punto de partida

Un reciente estudio¹ de la Consultora Forrester patrocinado por Ricoh Company, Ltd., señala que **89% de los empleados que trabajan a tiempo completo con los clientes (Financieros, Centros de Servicios, BPO, operadores, profesionales de Salud, gerentes de mayoristas/Minoristas...) no pueden brindar la experiencia que el cliente espera** debido a que ocupan buena parte de su tiempo buscando información de valor a través de sistemas y procesos ineficientes de flujos de información. Con estos datos, el informe concluye que los sistemas actuales consumen mucho tiempo y recursos de los analistas, los cuáles podrían utilizar para proporcionar una atención y experiencia más satisfactoria y personalizada a los clientes. Actualmente muchas organizaciones buscan tener acceso a nuevas tecnologías ya que existe una gran brecha

¹ A Forrester Consulting Thought Leadership Paper Commissioned by Ricoh, "The New Workplace Reality: Enterprises Must Capture The Soul And Spirit Of The Emerging Worker"

entre el tiempo de respuesta hacia los clientes, hacia procesos internos de negocio y una respuesta inmediata sería de mucho valor para todos los involucrados en el negocio. Por ello, la colaboración, mensajería instantánea, soluciones móviles y los lugares de trabajo flexibles forman parte de la Transformación a fin de reducir el tiempo dedicado a las actividades que no agregan valor a la organización o a sus clientes finales y tampoco permiten a los trabajadores dar un servicio personalizado a los clientes. Es importante mencionar que todas estas tecnologías dependen de la socialización de la información crítica de los negocios.

Una vez organizada esta fase, el proyecto debe contemplar la necesidad que existe hoy en día de adelantarse a las necesidades del mercado. Para ello, debe estar preparado para adaptarse a un contexto cambiante en el que el suministro, disponibilidad y utilización de los flujos de datos de forma inmediata y sencilla son determinantes. La base está en hacer un análisis de la gestión de la información que se hace en la empresa, desde la entrada, el procesamiento y la producción de la información, para conocer en detalle cómo llega a la empresa, cómo circula y cómo los empleados tienen acceso a la misma cuando la necesitan.

Uno de los objetivos estratégicos de las empresas es entender a fondo las necesidades del mercado y poder proveer cualquier tendencia o nueva necesidad que surja en ellos. Para ello, debe estar preparado para adaptarse a un contexto cambiante en el que el suministro, disponibilidad y utilización de los flujos de datos de forma inmediata y sencilla son determinantes. La base está en hacer un análisis de la gestión de la información y los respectivos procesos asociados a la captura de la información que lleva a cabo la empresa, desde la gestión, el gobierno de esa data, el procesamiento y el análisis de esa información, para conocer en detalle cómo llega a la empresa, como se manipula y cómo puede agregarle valor en la propia empresa y a sus clientes.

Cuidar la experiencia del empleado

Los dispositivos móviles han impactado de forma decisiva en nuestra vida cotidiana, tanto que, en pocos años, se han vuelto herramientas esenciales, también para las empresas: la revolución propiciada por las tecnologías móviles – con *smartphones* cada vez más funcionales y aplicaciones cada vez más específicas - ha significado un verdadero reto a su tradicional esquema productivo. Mientras el crecimiento de las herramientas basadas en la nube redefinió las expectativas sobre el *hardware* y la infraestructura (reorientando las inversiones hacia el *cloud computing*), los nuevos hábitos “tech” de los trabajadores incidieron en el día a día laboral. Así, se popularizaron distintas modalidades de teletrabajo (total o parcial) y nuevas actitudes corporativas como el BYOD (*Bring your own device*), que permiten o fomentan el uso de dispositivos móviles personales para el trabajo.

América Latina no está al margen de estas tendencias. La región tiene un alta tasa de penetración de *smartphones* (con [275 millones](#) de conexiones de banda ancha móvil en 2014) y proyecciones alentadoras sobre el volumen del tráfico de datos móviles, que [se triplicará entre 2015 y 2018](#). Simultáneamente, la adopción corporativa de aplicaciones alojadas en la nube está a la vanguardia global, con [un 39% de las grandes empresas](#) de la región usando software en el cloud, frente a índices mucho menores en Asia-Pacífico (28%), Estados Unidos (19%) y Europa (12%). Estos indicadores están redibujando el escenario interno de las compañías, muchas de las cuales operan prácticamente como

oficinas sin papeles y con personas conectadas de manera remota. En este contexto, la gestión de los documentos corporativos sigue siendo un tema fundamental, que ya no se puede pensar sin el concepto de movilidad. La información importante, los archivos de distinto nivel de confidencialidad e incluso los datos sensibles demandan el mismo grado de eficiencia para su gestión. El cambio de paradigma, en cambio, tiene que ver con las características de los documentos, que ahora son irreversiblemente digitales, necesariamente móviles y, cada vez más, multi-plataforma.

En este último punto, el objetivo del CIO debe ser potenciar las diferentes maneras en que los trabajadores desean realizar sus actividades diarias, creando y alineando los procesos del lugar de trabajo con la tecnología; desde el uso de dispositivos y hasta la infraestructura TI de la organización con el fin de colaborar y e intercambiar información. Por encima de todo, el objetivo del CIO debe ser ayudar a crear un enfoque y estrategia digital optimizada y flexible para la gestión del estilo de trabajo que mejore la productividad y el compromiso de la fuerza laboral.

Por último y después de considerar lo anterior para llevar a cabo la transformación digital empresarial, los directivos tienen que hacerse estas preguntas básicas para conocer el estado de madurez digital dentro de una organización:

	PRINCIPIANTES	EN DESARROLLO	MADUROS
BARRERAS	Falta de estrategia Más de la mitad cita la "falta de estrategia" como una barrera de los tres primeros	Manejo de las distracciones: Casi la mitad indica "demasiadas prioridades en competencia" es una barrera entre los tres primeros, "la falta de estrategia" sigue siendo un reto para un tercio	Enfoque de seguridad: Casi el 30% menciona la seguridad como una barrera superior; La gestión de demasiadas prioridades en competencia sigue siendo una de las principales preocupaciones para el 38%
ESTRATEGIA	Ciente y productividad impulsada: Aproximadamente el 80% cita el enfoque en la experiencia del cliente (CX) y el crecimiento de la eficiencia	Creciente visión CX y crecimiento de la eficiencia: Más del 70% citan el enfoque en la transformación, la innovación y la toma de decisiones	Visión de Transformación Más del 87% cita el enfoque en transformación, innovación y toma de decisiones
CULTURA	En Silos: 34% colaborativo; 26% innovador en comparación con los competidores	Integradora 57% colaborativo; 54% innovativo comparado con competidores	Integradora e Innovadora 81% colaborativo; 83% innovativo comparado con competidores
DESARROLLO	Interés Timido 19% dicen que su empresa proporciona recursos para obtener habilidades digitales	Invertir 43% dicen que su empresa proporciona recursos para obtener habilidades digitales	Comprometido 76% dicen que su empresa proporciona recursos para obtener habilidades digitales
LIDERAZGO	Falta de habilidades El 15% dice que el liderazgo tiene suficientes habilidades digitales	Aprendiendo 39% dicen que el liderazgo tiene suficientes habilidades digitales	Sofisticado 76% say leadership has sufficient digital skills

- **Business Visión** - ¿Cuáles son los imperativos empresariales para el éxito y cómo una fuerza de trabajo optimizada digitalmente influye directamente en el crecimiento y en el éxito?
- **Personas** - ¿Qué impacto tendría un uso más inteligente de las herramientas de colaboración en la productividad diaria de su empresa?
- **Tecnología** - ¿La infraestructura TI será un cuello de botella en el futuro en términos de proporcionar soluciones interactivas para la colaboración y la movilidad de la fuerza de trabajo?
- **Clientes** - ¿El uso de servicios digitales podrá funcionar para obtener una mejor visión de sus clientes, así como la cadena de suministro para ofrecer más valor y lealtad?
- **Procesos empresariales** - ¿Optimizar los procesos centrales de negocio, desde la sala de correo hasta la experiencia de transacciones de los clientes, afectará materialmente la línea de fondo?
- **Lugar de trabajo** - ¿Un ambiente de trabajo mejorado con características como salas de reuniones digitalizadas, pantallas de información interactiva, zonas de contemplación, barras de autoservicio, etc., aumentan la productividad individual de los trabajadores y genera más producción y un mayor servicio al cliente?

Las respuestas que surjan de estas preguntas deben resaltar la brecha entre lo que es suficientemente bueno para el lugar de trabajo analógico tradicional y lo que se requiere para crear un entorno optimizado digitalmente que cultive y priorice la colaboración, el intercambio de conocimientos y el manejo de la información.

###