

Transformación digital y el futuro de las empresas: el poder de la disrupción





- 1. El futuro es digital - y ya comenzó!03**
- 2. ¿Por qué estamos hablando tanto de transformación digital?.....04**
- 3. Las perspectivas del mercado06**
- 4. Digitalización: más que herramientas, una nueva forma de pensar08**
- 5. Las tecnologías clave10**
- 6. Informatización: qué cambia en la gestión.....12**
- 7. Conclusión15**



1. El futuro es digital - y ya comenzó!

No hay rutas alternativas ni atajos: el camino para cualquier empresa que quiera mantenerse en el mercado pasa por la transformación digital. Ignorar este escenario podría llegar a significar la extinción, al igual que ocurrió con Kodak y Blockbuster, grandes negocios de la década de 1990. La revolución digital va a desbancar alrededor de cuatro de los diez principales actores en cada sector del mercado en los próximos cinco años, de acuerdo con el «Global Center for Digital Business Transformation» (Centro Global para la Transformación Digital de Negocios, o DBT Center), una iniciativa de Cisco y IMD, una escuela de negocios suiza, compuesta de 941 líderes empresariales de 12 industrias de todo el mundo (incluyendo Brasil y América Latina).

Según el consultor Cezar Taurion, socio y responsable del proceso de transformación digital de Kick Venture, las organizaciones deben reevaluar su visión sobre este tema. Muchas de éstas todavía consideran que se trata de la adopción aislada de tecnologías; cuando en realidad se trata de reinventar el negocio. «Todavía es común encontrar altos ejecutivos que no consideran que el mundo digital sea (o será muy pronto) el negocio principal de sus compañías», dice Taurion. En las páginas siguientes encontrará más datos y perspectivas de mercado, los pilares de transformación de la empresa, así como las tecnologías cruciales de este proceso, como la computación en nube, el Internet de las Cosas y las Redes Definidas por Software (SDN).

¡Disfrute la lectura!



2.

¿Por qué estamos hablando tanto de transformación digital?

Kodak estaba en la cima del éxito en 1976, con el control de 85% del mercado de cámaras de cine y películas y, difícilmente podía imaginar, en el momento en que la mayoría de la gente usaba sus productos, lo que el futuro le traería. En 1996, Kodak valía 28 mil millones de dólares y tenía 140 mil empleados. Alrededor de 15 años después, en 2012, la innovación desbancó el liderazgo de la compañía, que se declaró en bancarrota después de la pérdida de 179 millones de dólares en el segundo trimestre del 2011.

Al estar en una posición consolidada en su segmento, Kodak hizo la vista gorda a la innovación, avanzando lentamente hacia el mercado de las cámaras digitales, que alrededor de los años noventa empezaba a surgir. Ésto abrió espacio para que otras empresas apostaran por la tecnología digital.

Otro ejemplo, la tienda de videos Blockbuster tampoco supo adaptar su negocio, la compañía ignoró el streaming, una tecnología en crecimiento en el mercado de videos, y no prestó la debida atención al cliente, concentrando toda su actividad en las tiendas minoristas. Al hacerlo, perdió la oportunidad de ser innovadora, dándole el espacio a Netflix, que surgió en el año 2000. Netflix se ha convertido en una de las principales plataformas de streaming, valuada en 35 mil millones de dólares y con participación del 63% en el mercado. (ver en infografía al lado).

EL PRECIO DE NO INNOVAR

Estas y otras empresas dieron paso a negocios de emprendedores que llegaron al mercado con ideas disruptivas e innovadoras. Y este escenario puede repetirse una y otra vez si las empresas no se transforman digitalmente, como se expone en el estudio «The Global Center for Digital Business Transformation» » (Centro Global para la Transformación de Negocios Digitales, o DBT Center), una iniciativa de Cisco y IMD, una escuela de negocios suiza, compuesta por 941 líderes empresariales de 12 industrias de todo el mundo (incluyendo Brasil y América Latina).

4 de cada 10

de los principales actores serán desbancados por la transformación digital.

el 45%

de los directivos de estas empresas no consideran el tema como muy importante mientras que el

43% no reconoce

el riesgo de ruptura digital

+ 30%

adopta la postura de «esperar y ver» en un intento de imitar a los competidores

sólo el

25%

quiere transformar sus empresas

Fuente: «The Global Center for Digital Business Transformation (Centro Global para la Transformación de Negocios Digitales, o Centro DBT) - Cisco y IMD
Compilación: Orange Business Services



« Las organizaciones deben modificar la manera en que encaran su estrategia de transformación digital, todavía basada en la idea de que se trata de la adopción aislada de soluciones tecnológicas», dice el consultor Cezar Taurion, socio y responsable de transformación digital de Kick Venture. Según él, transformación digital implica la reinención de un negocio; y todavía es común encontrar ejecutivos de alto nivel que no consideran que el mundo digital es, o será muy pronto, el negocio principal de sus empresas. Según la visión de Taurion, se olvidan que hoy en día, todo el mundo está hiperconectado y que sus empleados y clientes ya son digitales. «Esto puede desencadenar hasta la salida de una empresa del mercado. Volverse digital es el precio de la supervivencia», advierte Taurion.

ALTERNATIVA EN TIEMPOS DE CRISIS

La adaptación a las nuevas tecnologías y la transformación digital en particular es necesaria en todos los sectores, especialmente en tiempos de crisis, como lo destaca Samir El Rashidy, director de preventas y alianzas para América Latina de Orange Business Services «Hay muchas compañías líderes de mercado que simplemente pueden desaparecer porque no están atentas y no responden rápidamente a los cambios», dice. Según él, el uso de la tecnología tiende a optimizar recursos y agilizar procesos y, por lo tanto, reducir los gastos de las empresas. Como ejemplo, cita el almacenamiento de datos en la nube que permite escalabilidad y flexibilidad en la transmisión de información entre empleados y clientes, haciendo que el negocio sea más dinámico y rentable.





3.

Las perspectivas del mercado

Para 2020, el gasto en iniciativas de transformación digital alcanzará los 22 mil millones de dólares, más del doble del valor de 2016. Esto es lo que señala un estudio de IDC. Comprenda cómo se realizarán estas inversiones:



El CIO se convierte en consultor

y se centra directamente en la transformación digital



La transformación digital en las empresas

Para 2019

el 60% contará

con equipos dedicados a la innovación



Para 2020

el 40% de las empresas

dependerá de su capacidad para crear productos, servicios y experiencias digitales



En el 67% de los casos,

el poder de decisión de compra de soluciones tecnológicas estará en manos de los líderes de las áreas de negocio

Las ventajas de las empresas digitales



26% más de rentabilidad

que la competencia



9% más de ingresos

con los mismos empleados y recursos físicos



12% más valoración

que los competidores

*(Fuente: IDC, IMD Business School y Cisco)
Compilación: Orange Business Services*

4.

Digitalización: más que herramientas, una nueva forma de pensar

Como cualquier proyecto o plan de negocios, la transformación digital necesita ser gestionada de extremo a extremo; requiere de bases sólidas de seguridad de la información; y, por supuesto, una revolución en la forma de pensar la organización. Más que un cambio de paradigma de los negocios, la digitalización trae una transformación cultural de la forma en que trabajamos: en unos pocos clics, a través de una llamada o chat, se puede vender y comprar productos y servicios, o estrechar la relación entre empresas y clientes, o entre empleados de la misma empresa que trabajan a kilómetros de distancia.

Según Samir El Rashidy, de Orange, cuando se trata de digitalización, hay que pensar en tres pilares clave:



Digitalización de la forma en que los miembros de una organización trabajan e interactúan entre sí:

cómo comparten información; cómo se comunican y colaboran con colegas;



Colaboración y comunicación externa:

cómo interactúa la empresa con los clientes; de qué manera utiliza toda la información generada por ellos en las redes sociales y encuestas; y cómo utiliza la tecnología para entender el comportamiento del mercado. Además, no hay que dejar de lado la conexión entre las personas y las máquinas, y entre las mismas máquinas;



Digitalización de toda la infraestructura:

esencial para que funcionen los dos pilares anteriores.



EN ESTE SENTIDO, DESTACA DOS BARRERAS:

1.

La realidad es que **la mayoría de las empresas** que están en este proceso **no han nacido en la escena digital** y hoy tienen la necesidad de reinventar todo el negocio con el fin de no perder mercado. «Las empresas de más de una década ya han invertido mucho en su infraestructura física y es difícil dejar todo atrás y empezar de nuevo», dice El Rashidy. Según él, además de que estas organizaciones necesitan integrar o transformar el parque ya instalado, está el tema de cómo se incorpora esto a las nuevas tecnologías.

2.

El **factor humano**, representado por la resistencia al cambio. «La conciencia interna es tan importante como la implementación de tecnologías», señala.

Según Taurion, el cambio cultural es, de hecho, uno de los principales obstáculos. De acuerdo con el consultor, cambiar el pensamiento del ejecutivo que ha sido moldeado durante años para gestionar una cadena lineal, en la que la empresa es el centro y los clientes y aliados están en su órbita, no es simple. «Para ésto, la organización debe definir un líder para el proceso de transformación digital, este rol a menudo lo asume el propio CIO, que tiene la oportunidad profesional de tomar una posición estratégica dentro de la organización. Pero para eso, debe estar preparado y contar con el 100% de apoyo del CEO».

5.

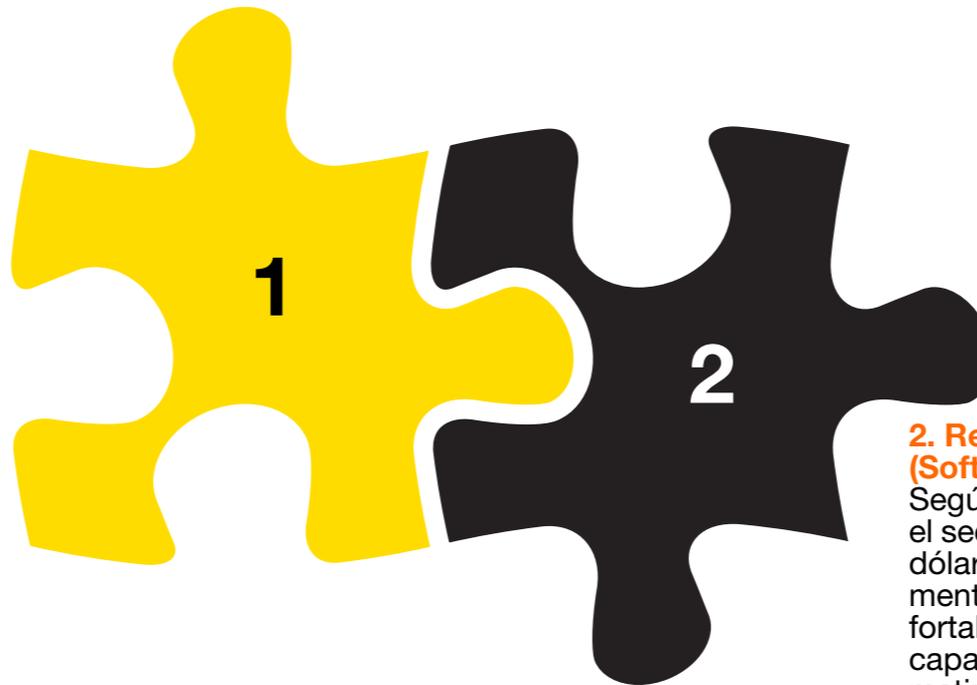
Las tecnologías clave

La transformación digital de una empresa, su forma de comunicarse y hacer negocios, se basa en la adopción de tecnologías que facilitan la conectividad y colaboración. Aquí están las herramientas más importantes en este proceso:

1. Computación en la nube

Las expectativas para el mercado de la nube son altas. Según un estudio realizado por Cisco con 340 ejecutivos de tecnología, el 94% de las empresas tendrán una solución de nube hacia el 2020. Solamente América Latina fue responsable de manejar casi 1.000 millones de dólares, en 2016, con la modalidad de Infraestructura como Servicio (IaaS), y se estima que las inversiones alcanzarán 2.5 mil millones de dólares en 2021.

Con la creciente adopción de tecnologías disruptivas que pueden generar una gran cantidad de datos, como el Internet de Cosas (IoT), inteligencia artificial y el uso de dispositivos móviles por parte de los empleados, la adopción de soluciones de nube es clave. Esto se debe a que, estratégicamente (con una mezcla de nube pública y privada), las empresas pueden optimizar sus inversiones en TI, aumentar su agilidad y flexibilidad y permitir la implementación de soluciones de negocio en menos tiempo y con costos reducidos. El estudio de Cisco señala que las ganancias de eficiencia operativa con la nube oscilan entre el 45% y el 87%, impulsadas principalmente por el tiempo de provisión de servicios.

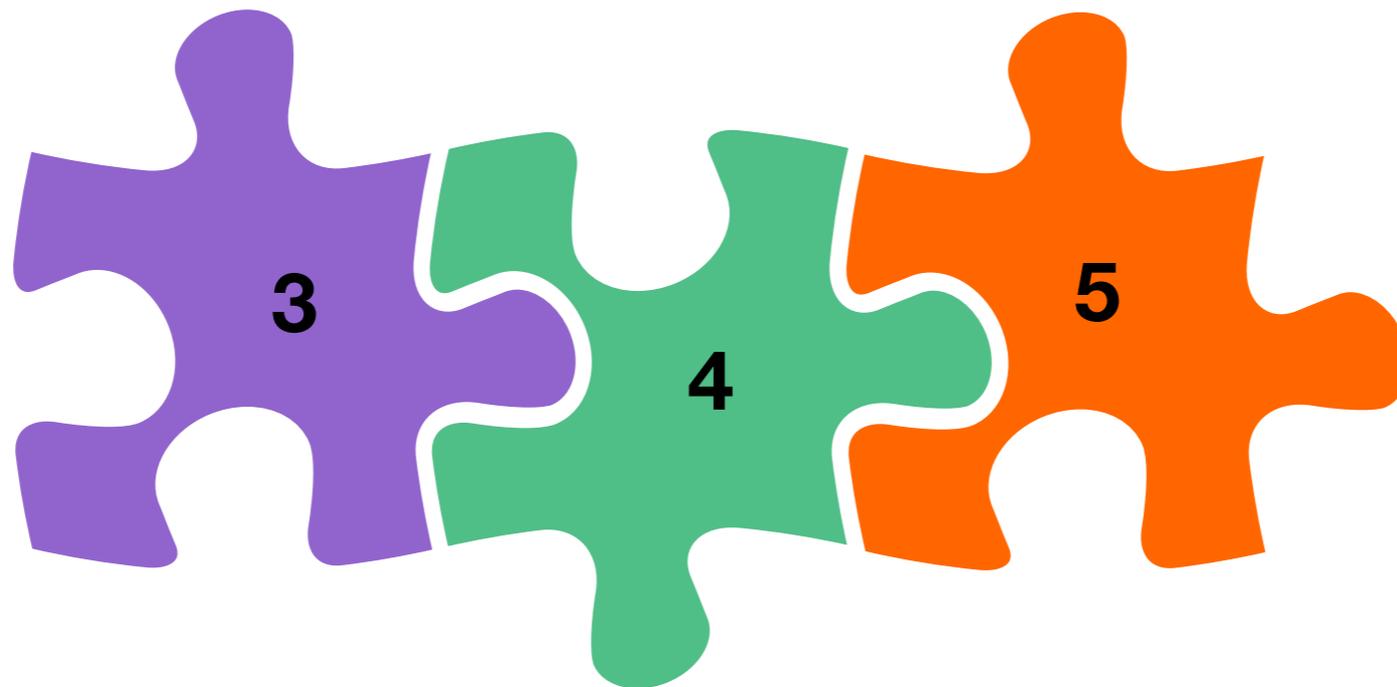


2. Redes definidas por software (Software-Defined Networks, SDN)

Según la investigación de IDC, se espera que el sector de SDN movilice 12.5 mil millones de dólares en 2020 en todo el mundo, un incremento del 53.9% sobre 2014. La tecnología se fortalece, ya que es un modelo de arquitectura capaz de habilitar el aprovisionamiento automatizado, la virtualización y la programación de red para los centros de datos de computación en la nube. Con un diseño alineado a las principales tendencias del mercado - nube híbrida, consumerización de TI y Big Data - SDN tiene entre sus principales ventajas la aceleración de los tiempos de implementación y la facilidad de distribución de aplicaciones, lo que se traduce en reducción de costos de TI. Eso es porque crea un centralizador, a través de software, capaz de controlar todos los activos y la comunicación de su red.

3. Herramientas de colaboración

Tecnologías como la videoconferencia y la conferencia de audio facilitan la comunicación desde cualquier lugar de América Latina y del mundo, con o sin transmisión de imágenes, dependiendo de la intención de la comunicación. Además de acercar a personas de diferentes lugares, especialmente cuando la empresa tiene oficinas en varios países y ciudades, lo que se reduce significativamente son los costos. Otra herramienta que fomenta la colaboración es el llamado chat persistente, una aplicación que mantiene un historial de conversaciones, de videollamada de forma interactiva, con la posibilidad de compartir pantallas y la participación de más de una persona. La idea es disminuir el uso del correo electrónico y promover el contacto más cercano entre los equipos.



4. Internet de las cosas (Internet of Things, ó IoT)

Según una encuesta de Cisco, IoT puede sumar 352 mil millones de dólares a la economía brasileña hacia finales del 2022 - más de un tercio de la cantidad proyectada para América Latina, cifra que hoy se estima en 860 mil millones de dólares. Las industrias, el transporte, las ciudades inteligentes, los sectores minoristas y de energía lideran este movimiento. Según la estimación de Cisco, entre el 40% y el 50% de los procesos manuales en estos mercados pueden ser automatizados con soluciones de IoT. En agricultura, por ejemplo, es posible optimizar el trabajo utilizando una aplicación que permite a los agricultores controlar los puntos de riego según el clima, así como medir la humedad y los minerales del suelo.

5. Red Privada Virtual (VPN)

En la red VPN, el tráfico de información entre las computadoras de una empresa está protegido contra la intrusión y el robo de datos porque sus mensajes encriptados se transmiten a través de un túnel virtual, donde sólo la red privada tiene acceso - a diferencia del internet de uso doméstico, que es una red pública. También existe la posibilidad de aliar estas dos redes, reduciendo costos. Hay empresas que eligen combinar el internet con VPN de una manera segura, todo controlado por dispositivos para resguardar la seguridad del tráfico y hacer que el costo de inversión sea muy competitivo.

6.

Informatización: qué cambia en la gestión

Al igual que con cualquier otro proceso, la transformación digital no se trata sólo de adoptar tecnología: requiere planificación, cambio cultural y capacitación en todos los niveles de la empresa. El nuevo panorama corporativo es más flexible, colaborativo, conectado, móvil y con disponibilidad en tiempo real. Conozca historias de empresas - de diferentes industrias - que se han transformado.



1

COMUNICACIÓN EN ZONAS DE GUERRA

«En una zona de guerra, la comunicación es todo: puede ayudar a salvar vidas», dijo Charlotte Lindsey-Curtet, directora de comunicación y gestión de información del Comité Internacional de la Cruz Roja (ICRC, su siglas en inglés). Con la misión de proteger la vida y la dignidad de las víctimas en las zonas de conflictos armados y otras situaciones de violencia, además de brindar asistencia médica, la institución se encontró con algunos problemas de comunicación. Localidades como Afganistán, Irak y Somalia pasaron a exigir redes de conexión de gran alcance, que los principales proveedores de internet locales no podrían proporcionar. Frente al reto, la Cruz Roja se ha asociado con Orange Business Services.

Hoy en día, se provee un servicio de red gestionado a **270 localidades**, con **440 conexiones** en **99 países**, la mayoría de ellos en África y Oriente Medio, a través de una combinación de accesos terrestre, por satélite y por Internet.

2

MÁS INTERACCIÓN EN LOS PARTIDOS DE FÚTBOL

En 2016, la Unión de las Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA) decidió que era el momento de innovar y ofrecer más comodidad y practicidad a los más de dos mil millones de espectadores de la EuroCopa - el torneo de fútbol más grande de Europa, dentro y fuera del estadio - de todo el mundo. Esto fue posible gracias a una alianza con Orange Business Services, que equipó los diez estadios de Francia con cables de fibra óptica conectados al International Broadcast Center (IBC) y **38 cámaras** de resolución 4K - imagen cuatro veces más nítida que la resolución Full HD - en cada estadio. La tecnología aseguró una conexión a velocidades de **100 GB** por segundo y permitió a los espectadores producir sus propios videos a través de la interacción con las cámaras de los estadios.



3

AGRICULTURA INTELIGENTE

La compañía holandesa Dacom, un proveedor global de sistemas de gestión agrícola, utiliza Sensetion, un sensor plug and play que calcula la humedad del suelo y envía la información a una aplicación móvil. La solución, equipada con la tecnología M2M (máquina a máquina) de Orange Business Services, permite a Dacom conectar miles de dispositivos a sus clientes agrícolas en más de **30 países** de todo el mundo.

Estos sensores pueden enviar información sobre las condiciones meteorológicas -lluvia, clima, humedad del suelo- a los teléfonos inteligentes de los agricultores, después de que los datos fueron analizados por Dacom. La agricultura inteligente se basa en la Internet de las Cosas (IoT) y tiene por objetivo optimizar la cosecha de los productores.

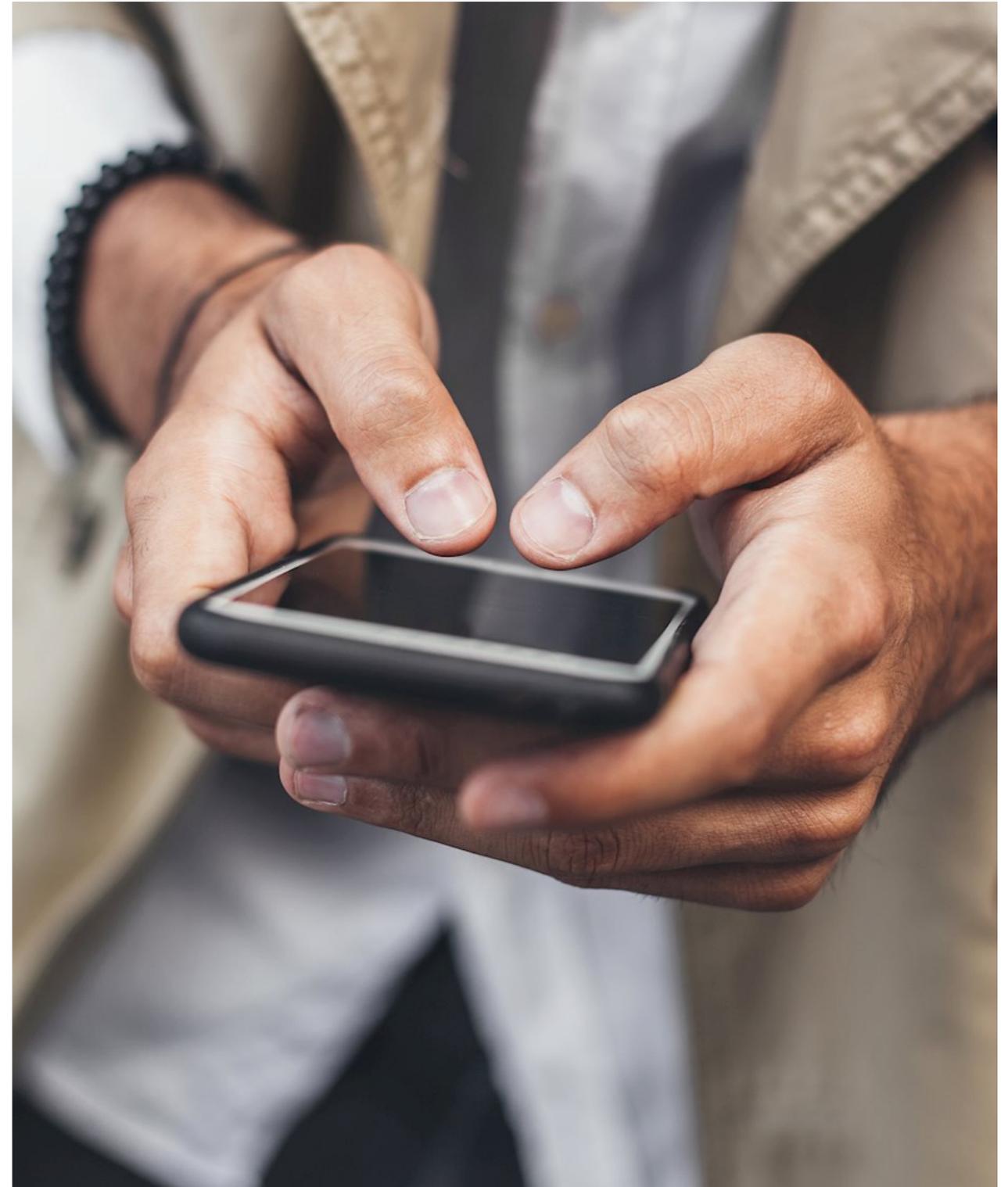




7.

Conclusión

El mundo digital es -o pronto lo será- el negocio principal de todos los negocios. Por lo tanto, avanzar hacia la transformación digital es vital para mantenerse en el mercado y mantener la competitividad. Además, con la digitalización, es posible optimizar recursos, mano de obra y procesos y, en consecuencia, reducir los gastos de las empresas - algo vital en tiempos de inestabilidad económica.



Thank you

[Acerca de Orange Business Services](#)

Orange Business Services, la empresa business-to-business del Grupo Orange, y sus 21.000 empleados, está enfocada en acompañar la transformación digital de empresas multinacionales y PyMES francesas en cinco continentes. Orange Business Services no sólo es un operador de infraestructura sino también un integrador de tecnología y un proveedor de servicios de valor agregado. Ofrece a las compañías soluciones digitales que ayudan a fomentar la colaboración en sus equipos (espacios de trabajo colaborativos y móviles), atender mejor a sus clientes (mejores relaciones con los clientes e innovación en los negocios) y apoyar sus proyectos (mayor nivel de conectividad, TI flexible y defensa contra ciberataques). Las tecnologías integradas que ofrece Orange Business Services abarcan desde redes definidas por software (SDN/NFV), macrodatos (Big Data) y la Internet de las Cosas hasta computación en la nube, colaboración y comunicaciones unificadas y seguridad contra ciberataques. Los clientes de Orange Business Services incluyen más de tres mil corporaciones multinacionales reconocidas a nivel internacional y más de dos millones de profesionales, compañías y comunidades locales en Francia.