

La transformación digital es clave para el éxito de los negocios

Con el objetivo de promover la transformación digital y el adecuado uso de las tecnologías en las empresas y organizaciones peruanas así como de la región, la **Cámara de Comercio de Lima (CCL)** organizó el foro internacional **e-Summit Perú Digital 2020**, evento virtual realizado los días 6 y 7 de octubre.

Durante su intervención en el evento, la presidenta de la **CCL**, **Yolanda Torriani**, afirmó que ante el contexto de pandemia se han registrado cambios sustanciales en el consumo y las relaciones sociales, generando que empresas e instituciones aceleren sus procesos para adaptarse a estos cambios.

“Ello es sumamente importante, no solo para ser más eficientes y competitivos en la producción de bienes y servicios, sino para optimizar las relaciones con la sociedad”, precisó. En ese sentido, la presidenta de la **CCL** mencionó que en esta nueva normalidad, el consumidor pos-COVID-19 se volverá más sensible y racional, y se informará anticipadamente sobre la calidad de los bienes y servicios.

Más adelante, el gerente de Transformación Digital de Interbank, **Claudio Rodríguez**, resaltó que mientras las organizaciones no tengan una visión de largo plazo no podrán hacer una óptima transformación de sus procesos. “Igualmente deben tener la capacidad de adaptarse y reinventarse ante un

mercado cada vez más exigente”, refirió.

Por su parte, **Lieneke Schol**, miembro del directorio de Alicorp, enfatizó que el liderazgo de los CEO tendrá un papel importante en la transformación digital, el mismo que debe estar abierto a establecer estrategias de negocio sin que ello implique desplazar el factor humano.

“El éxito de la transformación digital no radica necesariamente en usar más tecnología, más bien es conocer mejor a tu cliente o tu modelo de negocio, y esa identificación se dará si la organización cuenta con un CEO líder”, manifestó Schol.

Por su parte, **Luisa Marquéz**, partner GBS country lider Perú & Ecuador en IBM, señaló que, para tener éxito en el proceso de transformación, las empresas deben desarrollar procesos dinámicos y constantes donde ‘el aprender, desaprender y el reaprender’ deben estar presentes en el ADN de las organizaciones, de tal manera que les permita enfrentar mejor los desafíos actuales.

Para el líder del Área de Tecnologías de la Información y Comercio Electrónico de la CCL, **Jaime Montenegro**, la transformación digital brinda una importante oportunidad para los negocios y las personas, que involucra procesos, tecnología, data, talento humano, entre otros. “Ello va a permitir reactivarnos en esta época de crisis sanitaria”, aseveró.

Estrategias para crecer

De otro lado, el gerente de Innovación y Transformación Digital para Latinoamérica en Sophos Solutions, **Gabriel Alzate**, dijo que en esta coyuntura de crisis la transformación digital debe ser vista como una estrategia de negocio dado que su importancia radica en la generación de valor.

Alzate explicó que actualmente estamos en la Cuarta Revolución Industrial, de la cual la transformación digital es parte, y como estrategia de negocio puede contribuir a crear nuevas experiencias al consumidor. *“Hoy es importante que una compañía sea ágil en el mercado, que esté en constante transformación, crecimiento y evolución, pero todo ello dependerá del cambio de mentalidad de los que la integran”*, manifestó **Alzate**.

Igualmente, la transformación digital tendrá un rol protagónico en el desarrollo de ciudades inteligentes o smart cities. Así lo manifestó el fundador de Flumarketing.com, **Andrés Silva Arancibia**, quien indicó que el gasto mundial para este tipo de ciudades bordearía los US\$ 35.000 millones el próximo año.

“Dicha inversión es necesaria debido a que las ciudades seguirán en constante crecimiento y serán cada vez más complejas”, expresó.

Agregó que, precisamente, al 2050 se proyecta que casi el 70%

de la población global residirá en zonas urbanas (hoy en 50%), debido a que en ellas existe una excesiva centralización de servicios (salud, educación, transporte, etc.) y oportunidades laborales.

“En ese escenario, serán las tecnologías y la transformación digital las que resuelvan las complejidades de las smart cities, a través de la dación de soluciones inteligentes, sin que ello signifique dejar de impulsar el bienestar de los ciudadanos y la preservación del entorno, con servicios más eficientes y sostenibles. Todo ello es posible no solo implementando plataformas tecnológicas e innovación digital, sino una gobernanza inteligente en la gestión pública”, anotó Silva.

Valor de la información

Respecto a las pymes, el fundador y director gerente de Brand Label, **Sebastián Hercovich**, consideró que estas organizaciones primero deben relacionarse con lo digital antes de entrar a un proceso de transformación.

“Con ello lograrán un importante impacto en todas las fases de la cadena de valor”, señaló. No obstante añadió que dicha estrategia digital podría fallar si la data (información) está errada o imprecisa. “La baja calidad de la data es la causa de que el 40% de las iniciativas digitales de negocios no logren sus objetivos”, afirmó.

En ese sentido, destacó que la información será un nuevo producto de cara al consumidor, el mismo que debe estar plasmado en los diferentes canales de ventas. *“Si el cliente no recibe lo que pidió es muy probable que ya no siga con nosotros”*, precisó.

Por otro lado, el CEO en Convergencia Perú & Colombia, **Carlos Mendoza**, consideró que en esta etapa de crisis pandémica es necesario difundir y educar sobre el conocimiento del Internet de las Cosas (red de objetos conectados inalámbricamente para el intercambio de información), de tal manera que las empresas (grandes, medianas y pequeñas) conozcan estas innovaciones tecnológicas que les permitirá potenciar sus negocios.

“Las ventajas de su implementación se centran en la reducción de costos, obtención de información más específica en tiempo real y automatiza procesos. Todo ello se verá reflejado en un aumento de los ingresos y la mejora de productos y servicios”, refirió.

No obstante, para el estrategia de Transformación Digital CIO, CTO, COS y CDO, **Manuel Barragán**, el éxito de la transformación digital radica en implementar una metodología en la gestión del cambio y la cultura. Para él, las organizaciones deben reinventarse creando una cultura que los vuelva una fuerza competitiva en el mercado.

“Cuando la alta dirección de una empresa apoya la innovación, las experiencias del cliente mejoran, aumenta el bienestar de los empleados y por consiguiente los ingresos se incrementan”, precisó.

Propuestas de valor

Al cierre del evento, el socio de la consultora Virtus Partners y experto en transformación digital, **Juan José de la Torre**, aseguró que en esta coyuntura, los modelos de negocios han sufrido importantes cambios donde un buen porcentaje de las empresas aún es ajeno a la transformación digital.

En ese sentido precisó que el 27% de las empresas peruanas todavía están en un incipiente proceso de madurez hacia la transformación. Por tanto, aseguró que es vital que las organizaciones identifiquen sus propuestas de valor a fin de volverlas más competitivas.

De la Torre explicó que es recurrente que se piense que usar la digitalización es lo mismo que transformación digital. *“El transformar, es comprender cuál es el activo más importante, analizarlo y crear nuevas experiencias para los clientes. En cambio, digitalizar es agregar un componente digital a los procesos sin que haya cambios en la experiencia”*, precisó.