

Cómo se Transforman las Empresas Inteligentes en un Mundo Incierto

Este es un resumen de todo el reporte sobre la transformación empresarial. [Descargue su copia del informe completo.](#)

Las disrupciones globales del 2020 están acelerando las inversiones en la transformación empresarial y están creando la obligación de ser ágiles y resilientes. Bloomberg Media Studios e IBM hablaron con líderes de negocio, analistas y expertos en tecnología de varias industrias para entender mejor lo que significa la gestión de la transformación para las empresas inteligentes. Queríamos entender cómo se equilibra la creación de una visión de un cambio end-to-end duradero con la ejecución de cambios oportunos que se encargan de las necesidades inmediatas y proporcionan resultados palpables.

Actualmente, empresas de todo el mundo se dan cuenta de que la verdadera transformación, esto es, realizar cambios estratégicos y fundamentales en las operaciones de una organización para incrementar su efectividad y aumentar de forma significativa su valor, exige que haya una alineación adecuada de la toma de decisiones, las operaciones y los datos de la empresa. Se debe aprovechar completamente la analítica avanzada, habilitada por la nube híbrida, la IA, la automatización, la IoT, la cadena de suministro inteligente, etc.

La meta es anticiparse y responder a las disrupciones repentinas, las necesidades cambiantes de los clientes y las oportunidades cruciales de mercado en tiempo real y de forma continua. A menudo, estas transformaciones empresariales adoptan la forma de transformaciones digitales, que integran la tecnología digital en todas las operaciones viables.

En medio del abrumador enfoque de las corporaciones en la pandemia en 2020 y en 2021, las transformaciones digitales siguen siendo una prioridad para los CEO y a menudo, se vuelven más urgentes. [Figura 1]

“Tenemos que reconocer que la realidad para el futuro próximo es que vamos a experimentar una enorme amalgama de señales dinámicas



Mark Foster, vicepresidente sénior de IBM Services

y cambiantes”, dice Mark Foster, vicepresidente sénior de IBM Services, que ha colaborado en equipo con Anheuser-Busch, Carrefour, Frito-Lay, Lufthansa, T-Mobile, NatWest y con otras organizaciones grandes y globales para impulsar sus transformaciones digitales y empresariales.

“La principal respuesta que debería tener una organización es hacer que sus flujos de trabajo sean lo más inteligentes que puedan ser. Al hacerlos inteligentes, es decir, al aplicar estratégicamente la tecnología para solucionar las oportunidades y desafíos más importantes, usted también logra que esos flujos de trabajo sean más resilientes y estén listos para enfrentar esta enorme amalgama en la que vivimos”, dice Foster.

Los líderes empresariales que han realizado correctamente las transformaciones digitales dicen que existen dos principios para guiar el esfuerzo: trabajar desde la experiencia ideal del cliente, y asegurarse de que la estrategia tiene una visión realmente integral de toda la operación.



Michael Lindsey, director de transformación y estrategia, Frito-Lay North America y Quaker North America

“Empezamos preguntado: ¿Quién es el consumidor final y cómo desarrollamos con él una relación que sea lo más estrecha posible?” dice Michael Lindsey, director de transformación y estrategia, Frito-Lay North America y Quaker North America.

Descubrimos que “la verdadera clave para la transformación es que la estructura de datos, la inteligencia y los procesos estén verdaderamente conectados de forma end-to-end. Salvo que se tenga un equipo completamente integrado que trabaje de forma ágil, no se obtiene el tipo de insight, datos y flujo de procesos que se necesita para deleitar verdaderamente al cliente final”. Lindsey afirma que, entre otras capacidades, la transformación empresarial incrementó la capacidad de Frito-Lay de encargarse de pequeños segmentos de sus mercados mediante la anticipación del comportamiento de los consumidores hasta el nivel de código postal.

La transformación digital sigue siendo una prioridad

Informes de beneficios de las empresas que cotizan en bolsa de EE. UU. para las que se mencionó la “transformación digital”

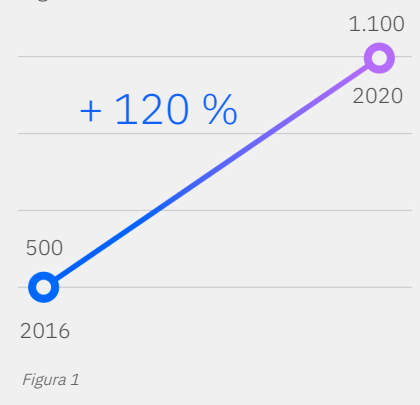


Figura 1

Fuente: Bloomberg. Datos de 15/8 de cada año.

Aprendizajes sobre la transformación

Cuando se alinean la toma de decisiones, las operaciones y los datos, y se aprovecha estratégicamente la tecnología y las soluciones centradas en las personas para crear resultados más eficaces en la empresa, las siguientes tres áreas de logros obtendrán el mayor valor e impacto para los clientes, empleados y socios comerciales.

1 Construir flujos de trabajo inteligentes para pasar de procesos estáticos y aislados a operaciones ágiles e integradas

Demasiados flujos de trabajo empresariales son procesos estáticos, aislados, ineficientes, caros y opacos. En cambio, los flujos de trabajo inteligentes son procesos dinámicos, end-to-end, integrados, automatizados, ágiles, transparentes y centrados en las personas.

Al rediseñar el trabajo como una experiencia fluida y conectada en toda la empresa, los flujos de trabajo inteligentes permiten que los empleados y procesos funcionen en la intersección óptima de habilidades, datos y tecnología. Los flujos de trabajo inteligentes están contruidos sobre la base de la nube híbrida y utilizan tecnologías de IA, automatización y datos de toda la empresa para proporcionar insights en tiempo real en todas las fases de los procesos, lo que proporciona resultados positivos para la organización, los empleados, los asociados de negocios y, especialmente, los clientes. Y, lo que es más importante, estos flujos de trabajo añaden la agilidad, la eficiencia y la resiliencia que se necesitan para adaptarse a los cambios repentinos y en evolución.



Dominique Dubois,
Asociado de estrategia y ofertas de IBM Services

Los flujos de trabajo inteligentes no son tan solo para optimizar las operaciones existentes, sino que también hacen que la organización sea suficientemente ágil para aprovechar las nuevas oportunidades. Esto solo se produce a través de mejores insights y de mayores ahorros operativos, que se pueden aplicar para satisfacer las necesidades actuales y futuras. “Si una empresa no ejecuta flujos de trabajo inteligentes y digitalizados, la capacidad de realizarlo se ve enormemente

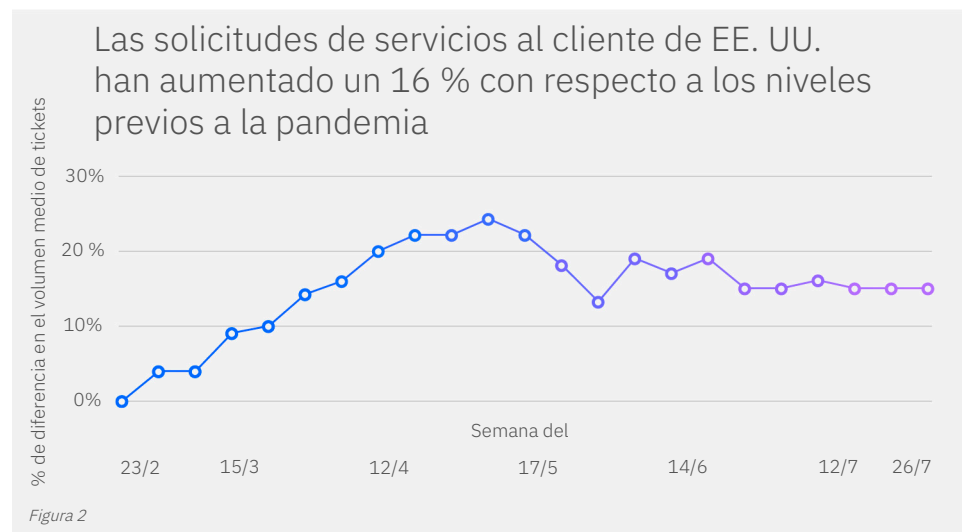
limitada, al igual que la capacidad de generar flujo de caja a partir de las oportunidades en tiempo real”, dice Dominique Dubois, Asociado de estrategia y ofertas de IBM Services.

Un principio fundamental de los flujos de trabajo inteligentes es automatizar el trabajo dondequiera que reduzca los errores y los costos, aumente la productividad o mejore la experiencia de las personas. Demasiados líderes de negocio ven la automatización solo como un medio de incrementar la eficiencia, ignorando el hecho de que la automatización inteligente puede ser un activo competitivo para el crecimiento.

2 Crear experiencias del cliente que entreguen un valor personalizado y construyan relaciones duraderas.

Los entrevistados estuvieron de acuerdo en que, en última instancia, las iniciativas de cambio de todos los niveles se deben traducir en mejores resultados para los clientes. En todas las industrias, las mejores prácticas de la experiencia del cliente se basan cada vez más, en flujos de trabajo inteligentes. Los negocios inteligentes están utilizando la analítica integrada para mejorar todos los puntos de contacto con el cliente mediante la creación de experiencias libres de problemas. Están aprovechando las recientes plataformas de consumo, aplicaciones empresariales e insights obtenidos a través de la IA para obtener una visión completa del cliente, junto con capacidades de interacción en tiempo real.

En los últimos años, la tecnología ha evolucionado de una forma que permite a las empresas llevar la personalización a niveles que antes eran imposibles. Esto está causando una aceleración de la hiperpersonalización de la experiencia del cliente para crear el muy codiciado “mercado de uno”. Esta evolución tecnológica llega en un momento crítico, ya que las solicitudes de servicio al cliente han aumentado un 16 % con respecto a los niveles previos a la pandemia. [Figura 2]



Fuente: Zendesk. En base a las 10.000 compañías que utilizan Zendesk para sus operaciones de soporte al cliente.



Alan Webber,
vicepresidente del programa de
estrategia digital y experiencia
del cliente, IDC

“Solo ahora estamos llegando al punto en el que tenemos la tecnología para ser verdaderamente empáticos con los clientes”, dice Alan Webber, Vicepresidente del programa de estrategia digital y experiencia del cliente, IDC. “El elemento principal para las compañías es ¿cómo se utiliza la tecnología para crear empatía a escala con los clientes? Si usted puede ser empático con ellos hoy, con la disrupción que existe, seguirán siendo sus clientes en el futuro”.

3 Facultar a los empleados con una cultura de aprendizaje continuo y de mejora de las habilidades

Es posible que el trabajo remoto sea el cambio más visible este año para las fuerzas laborales en todo el mundo, pero la pandemia ha acelerado otras transiciones en lo relativo a cómo las empresas contratan, facultan y fomentan la colaboración entre su personal. “Dos cambios importantes son la contratación por habilidades en vez de por rol y la mejora de las habilidades de los empleados, en vez de contratar nuevos talentos del mercado”, dice Amy Wright, Asociada de gestión de talento y transformación de IBM Services.



Amy Wright,
Asociada de gestión de talento y
transformación de IBM Services

Básicamente, los negocios inteligentes ven la transformación como una oportunidad de enfocarse en las personas que tienen flujos de trabajo de más valor, y de diseñar todos los procesos con una visión centrada en las personas. Esto coloca a la tecnología en una posición crítica de soporte para permitir que la velocidad, la innovación y la atención al cliente sean lideradas por personas y a escala.

Construir de Forma Más Inteligente

Las empresas recordarán el 2020 como el momento en que aprovecharon las oportunidades nacidas de la crisis o en que esperaron de forma ingenua que las formas antiguas de hacer negocios sobreviviesen. Los líderes se dan cuenta de que es un momento crítico para satisfacer las cambiantes necesidades de la gente y proporcionar experiencias excepcionales a sus clientes. Para lograr esta misión fundamental es esencial que se aprovechen las nuevas capacidades de las tecnologías emergentes y avanzadas. Para iniciar el proceso de cambio de la transformación, a muchas compañías les pareció importante utilizar los espacios de innovación que reúnen varios equipos, lo que fomenta una colaboración más ágil a escala.

“Las adversidades económicas siempre han llevado a innovaciones que transforman las empresas y los modelos empresariales”, dice Foster, de IBM. “Esta crisis de COVID-19 ha acelerado las transformaciones. Todas las compañías ahora deberían darse cuenta de que la tecnología es fundamental en la forma en la que interactúan con sus empleados, sus clientes y las partes interesadas”.

¿Cómo se mide su transformación? [Descargue su copia del documento completo.](#)



Para obtener más información sobre las perspectivas de transformación empresarial, visite www.ibm.com/smarter-business →

Bloomberg
Media Studios +



BUILT FOR CHANGE
PERSPECTIVES