

## Point of View

# Un día en la vida digital

Las empresas digitales sacarán partido de unos mercados cada vez más cambiantes. Aquí les contamos cómo.

## Marchando un café digital

*Jack Carson (un nombre ficticio) se levanta y se viste para ir al trabajo. Observa con anhelo la cafetera pero sabe que llega tarde a su reunión de las 9.00; el café tendrá que esperar. Luego, su bolsillo vibra. Es un mensaje de alerta de su móvil que le dice que su reunión se ha aplazado 30 minutos, y que tiene tiempo para tomarse su café matinal.*

*Después de una taza de café, Jack se pone en camino al trabajo. Conduce hacia la estación de tren. Su ordenador de abordo le muestra primero sus plazas favoritas de aparcamiento disponibles en el parking subterráneo de la estación (ordenadas por ubicación y precio). Jack elige sus preferidas y su coche inteligente le lleva sin esfuerzo hacia el lugar elegido.*

*En el tren, un lector de billetes lee la señal que emite su abono mensual de cercanías sin necesidad de molestarle. Esa señal también se filtra en el sistema del servicio de comidas del tren, que avisa a un encargado de menús y bebidas para que prepare una mesa en la cual Jack se sentará después. El encargado le ofrece a Jack su segunda taza de café (al estilo capuchino, sin azúcar, como a él le gusta) sin necesidad de tomar nota del pedido y sin tener que detenerse para pagarlo. El sistema ya ha cargado el importe en la tarjeta de crédito de Jack.*

*Jack todavía no ha pisado la oficina, pero ya se ha beneficiado de un montón de ventajas derivadas del negocio digital.*

El desplazamiento al trabajo de Jack y otras situaciones que se describen en esta edición de Point of View se basan en tecnologías reales usadas en la actualidad. Estas situaciones, en su conjunto, son solo destellos de lo que ofrece nuestro creciente mundo digital.

El negocio digital es ya el modelo que emplean las start-ups para entrar en los mercados, y el que utilizan las empresas consolidadas para competir de manera más eficaz. Esto afecta tanto al entorno de trabajo como al mercado y cambia el modo en que interactúan los empleados, los clientes, los proveedores y los socios. La presente edición de Point of View explica en qué consiste el negocio digital, por qué existe y cómo puede empezar a asumirlo (y aprovecharlo) desde hoy mismo.



## El negocio digital es el modelo que emplean las start-ups para entrar en los mercados y el que utilizan las empresas consolidadas para competir de manera más eficaz.

### Negocio digital, revolución digital

Hoy en día, todas las empresas son en cierta medida negocios digitales. Sin embargo, de acuerdo con Gartner, las empresas digitales eficaces son las que combinan el mundo digital y el físico mediante nuevas fórmulas que les permiten obtener una ventaja competitiva, por ejemplo, para impulsar la productividad, mejorar los productos, crear nuevos servicios o prestar un mejor servicio de atención al cliente. El negocio digital no es solo cuestión de desplegar tecnología, a pesar de la indudable importancia que tiene la misma.

Lo digital consiste en la convergencia de personas, empresas y cosas que trastocan los antiguos modelos de negocio. La revolución digital es el resultado inevitable de un negocio digital efectivo, de igual modo que la onda de choque es el resultado inevitable de un vuelo supersónico. Y aunque muchas empresas digitales solo están dando sus primeros pasos, el impacto de la revolución digital ya está entre nosotros. Uber, la compañía de servicios de transporte que no posee un solo vehículo, se ha convertido en el arquetipo, o más bien en el cliché, de una empresa revulsiva digital. Sin embargo, no se trata de un caso aislado. Xiaomi ha utilizado modelos de negocio digitales para pasar de una start-up a un serio competidor en el ámbito de los dispositivos móviles en solo cuatro años. En el otro extremo de la escala de madurez se encuentra John Deere, una compañía con 175 años de historia que complementa su tradicional negocio de venta de maquinaria agrícola con soluciones de gestión agraria que emplean datos y tecnología para ayudar a los agricultores de todo el mundo a aumentar el rendimiento de sus cosechas al tiempo que conservan valiosos recursos naturales. Se trata de un modelo de negocio digital que dista mucho de los tractores insignia de la compañía.

*Son las 11.15 de la mañana y Jack está a punto de reunirse con un importante cliente en su despacho. Su bolsillo vibra. Es su móvil, que sabe dónde se encuentra Jack y por qué está allí: le avisa sobre la existencia de una vídeo-entrevista que acaba de publicarse con el director general (CEO) del cliente. El director habla sobre las dificultades que entraña contratar nuevo talento, algo de lo que Jack no se habría enterado, desde luego no antes de su reunión. Jack había planeado presentar el software de comunicaciones de su empresa, pero ahora tiene una presentación mucho más convincente que hacer: ofrecer el software como medio para poder afrontar el reto de la contratación de personal. Jack consigue la venta.*

### Cuatro tendencias que conforman el cambio

Las empresas digitales de éxito se esfuerzan por deshacerse de viejos hábitos y principios consagrados que simplemente ya no funcionan. Al mismo tiempo, se replantean los modos de trabajar de sus empleados y conciben **entornos laborales cada vez más digitales** en los que puedan practicarse esas nuevas experiencias de trabajo. Se replantean los compromisos de experiencias del cliente, concibiendo nuevas experiencias digitales y buscando fórmulas para crear sinergias digitales entre los empleados y los clientes.

Por otro lado, están invirtiendo actualmente en cuatro tendencias que conforman y aceleran el entorno laboral digital y la experiencia del cliente:

- **Plataformas sin límites.** Existe una nueva clase de ecosistemas de negocio basados en plataformas tecnológicas que se extienden más allá de las fronteras de la empresa, presionándolas para que cambien los modelos de contratación egocéntricos por modelos de colaboración centrados en el grupo y cuestionando los conceptos tradicionales de control o poder.

- **Moneda de datos.** Las empresas ya no solo quieren comprender los datos, sino que también extraen valor y generan nuevos ingresos de ellos. Estas empresas digitales revulsivas ofrecen a sus clientes lo que realmente quieren: resultados más significativos, y no simplemente más productos o servicios.

- **Apuesta por la centralización individual.** Ya no basta con un enfoque centrado en el cliente. Ofrecer experiencias digitales personalizadas exige dar respuesta a conductas, deseos, necesidades e intenciones de empleados y clientes concretos.

- **La lucha por atraer talento.** A medida que las empresas se abren paso en la nueva realidad digital, la demanda de personal cualificado en esta área supera la oferta, lo que las obliga a adoptar nuevas fórmulas y reagruparse. La próxima generación de talentos puede ser un equipo de ensueño formado por humanos, datos, algoritmos y software inteligente.

Un tema común en todas estas tendencias es la fusión de experiencias físicas y digitales. Estas experiencias, que ya no están aisladas, se han fundido en una transición fluida entre el mundo físico y el digital.

- **Los responsables de planta,** por ejemplo, pueden resolver problemas de fabricación detectados por sistemas digitales que analizan los datos mediante sensores conectados.

- **Los técnicos de servicios de campo** pueden guiarse por análisis predictivos para prestar un servicio de mantenimiento proactivo a sistemas remotos, lo cual reduce los costes y aumenta el tiempo de actividad.
- **Los médicos** pueden hacer visitas domiciliarias virtuales gracias a sensores remotos, herramientas de colaboración y auxiliares in situ, extendiendo así la atención médica a poblaciones con carencias de sanidad.

*Son las 14.00 de la tarde. La compañera de Jack, Carol Hill, gestiona las operaciones de retail de la empresa. Una promoción local resulta un éxito inesperado, pero el sistema analítico de ventas predice que los suministros actuales no serán suficientes para atender la demanda. ¿Qué debe hacer Carol? El sistema de la empresa, basado en el aprendizaje de máquinas (Machine Learning), ha supervisado la llamada y habilita dinámicamente un espacio de trabajo virtual que identifica a los tres responsables más susceptibles de tener respuestas, al tiempo que propone una reunión para la primera ocasión en que queden disponibles. También muestra dos artículos extraídos del sistema de gestión del conocimiento que describen soluciones para retos similares. Carol y sus compañeros resuelven el problema, y su solución queda registrada automáticamente en el sistema de gestión del conocimiento para poder usarse si vuelve a surgir.*

## Avanade: su socio de TI no convencional

En Avanade, una gran parte de nuestras ideas sobre el negocio digital vienen del trabajo que estamos realizando en estos momentos para ayudar a los clientes a obtener resultados en el mundo digital. Esto lo hacemos mediante soluciones tecnológicas empresariales y servicios gestionados que combinan conocimiento, innovación y experiencia centrados en las tecnologías de Microsoft.

Del mismo modo que el negocio digital combina lo digital con lo físico, Avanade combina la fiabilidad de un integrador de sistemas tradicionales con la capacidad y creatividad de una agencia digital, dos elementos necesarios para acometer transformaciones hacia la realidad digital, que, sin embargo, no suelen encontrarse en un único proveedor. Avanade puede planificar y diseñar soluciones a través de una estrategia digital, el diseño de experiencias y la gestión de cambios; crear esas soluciones mediante tecnologías móviles, en la nube y digitales; y luego ejecutarlas usando servicios gestionados integrales.

Esto constituye una ventaja crucial para la empresa revolucionaria en lo digital, por ejemplo, para aquellas que no solo quieren una página web diseñada con estilo sino también que esa web capture y explote datos destinados a promociones y ventas online, que permita nuevos niveles de atención al cliente y que integre el comercio electrónico con sistemas de la cadena de suministro con vistas a maximizar las ventas minimizando los productos fuera de stock.

Nuestro interés en las tecnologías de Microsoft no reside solo en nuestro ADN corporativo, sino también en nuestra convicción de que la nube primero y la plataforma móvil de Microsoft después son esenciales para posibilitar la transformación al mundo digital. Aquellas que lo han adoptado anticipadamente lo experimentan de primera mano, por ejemplo, en las innovaciones que hacen posible Windows 10 y Skype for Business. Aunque el negocio digital trasciende el mundo físico, tener una fuerte presencia en ese mundo es vital. Avanade puede acompañar a las multinacionales en su transición hacia el mundo digital porque también es una multinacional, al contar con más de 70 delegaciones en 20 países. Operamos allá donde operan nuestros clientes.

## Experiencias de los clientes: esta vez es personal

Las empresas se ven obligadas a convertir los momentos que pasan con sus clientes en experiencias digitales que redunden en una mayor fidelidad y valor, ya que, de lo contrario, lo harán sus competidores. La experiencia del cliente ya está cambiando (más Internet, más móvil, más redes sociales); por tanto, la pregunta que deben hacerse las empresas es si se subirán al carro de estas tendencias o si serán barridas por la competencia.

Avanade ayuda a las empresas a subirse a este carro con experiencias del cliente inducidas por el marketing digital, las ventas online y los servicios online. Por ejemplo, AGL, una de las mayores compañías de energía integrada de Australia, tuvo que diferenciarse en un panorama cada vez más competitivo y desregulado, además de reducir la tasa de bajas de clientes que en aquel momento se había disparado al máximo histórico.

En respuesta a ello, Avanade creó una experiencia del cliente online personalizada con abundantes datos que dista mucho de ser superficial, al incluir acceso a un "contador inteligente" (integrado con SAP) que permite a los clientes ahorrar energía y dinero. Como resultado de estos esfuerzos, AGL registró un aumento del 29% en sus conversiones móviles y un aumento del 47% en clientes que acceden mediante un clic a planes de energía. La solución se denominó Sitecore's Site of the Year.

*Son las 18.00 de la tarde. Para celebrar su éxito, Jack se detiene en un concesionario de motos que encuentra de camino a casa. Ha echado el ojo a una nueva moto expuesta en la web del concesionario, e incluso ha observado las prestaciones que ofrece. Cuando se lo comenta al vendedor, este saca su tableta y aparece en pantalla la moto que Jack había registrado en la web. Por suerte, vuelve a echar mano de la tableta y encuentra una moto idéntica en stock. Jack no es el único vendedor que tiene éxito hoy.*

## Los entornos de trabajo digitales cambian el modo en que trabajamos

Las tendencias que determinan nuevas experiencias para el cliente también determinan nuevas experiencias para el empleado. Las empresas más punteras están aprovechando estas tendencias para crear entornos de trabajo digitales que sean sociales, móviles, siempre activados e impulsados por datos. Por otro lado, el entorno de trabajo digital se guía por un contexto inteligente; es decir, está adaptado a la medida del sector de recursos humanos, así como a las funciones, ubicación y tareas que desempeñan. El noventa y tres por ciento de las empresas reconoce que el compromiso de los empleados contribuye de forma significativa

a los resultados netos<sup>1</sup>. Los resultados impulsan la productividad, reducen los costes, aceleran la innovación, motivan a los empleados y producen ventajas competitivas.

En el entorno de trabajo digital, los empleados ya no tienen que ser expertos en encontrar información, porque les llega a ellos en el momento oportuno, justo cuando la necesitan.

Y ya no tienen que compaginar aplicaciones, información, conversaciones y procesos inconexos entre sí porque todos estos elementos están integrados en una interfaz unificada que se adapta a su forma de trabajar.

El entorno de trabajo digital puede estar en cualquier parte, incluso a 1.000 metros de altura. Delta Airlines lo aprendió cuando Avanade le ayudó a adoptar una solución de punto de venta móvil que permitía a las azafatas de vuelo procesar las actualizaciones de viajeros, validar tarjetas de crédito y enviar recibos electrónicos de las compras realizadas a bordo. El éxito ha animado a Delta a descubrir nuevas formas de utilizar la solución, entre ellas elaborar informes de incidencias y controlar las existencias con mayor rapidez y eficacia para digitalizar manuales de a bordo costosos y engorrosos.



<sup>1</sup> Avanade Digital Workplace Research, Resumen ejecutivo 2015

Las entidades que desean embarcarse en el mundo digital a menudo deben acometer transformaciones difíciles. Avanade les ayuda en este proceso.

## Transformación al mundo digital: replanteamos el modelo de negocio

Excepto las start-ups que han nacido en el mundo del negocio digital, las empresas que deseen apostar por lo digital a menudo deben acometer transformaciones difíciles. Para ello se ven obligadas a inventar productos, servicios y experiencias con más rapidez de lo que nunca lo habían hecho. Y esta necesidad sucede en un contexto de reformulación de negocios y desarrollo de modelos totalmente nuevos.

Avanade también ayuda a las empresas en esta transformación al mundo digital. Por ejemplo, NCC, una de las constructoras principales de la región nórdica, quería un nuevo modelo digital para desempeñar la función crucial de gestión de proyectos de construcción. Avanade contribuye en la labor de transformación digital que sitúa bajo control la gestión de emplazamientos mediante herramientas móviles

que evitan retrasos o inspecciones, aceleran procesos como el registro de equipos e incluso anticipan inclemencias climatológicas.

## Avanade le ayuda a crecer como empresa digital

Las empresas se ven obligadas a migrar rápidamente al mundo del negocio digital, creando experiencias de cliente digitales, entornos de trabajo digitales y modelos de negocio adaptados al mundo digital. Aquí Avanade puede ayudar aportando distintos recursos y competencias, entre ellas:

- **Estrategias digitales** que reformulan viejos modelos, fusionan experiencias del mundo físico y digital, extraen valor de los datos y generan conexiones.
- **Estudios de soluciones** dirigidas a campañas promocionales digitales, analíticas, redes móviles, etc. para aglutinar técnicas especializadas que puedan aplicarse a soluciones innovadoras basadas en las últimas tecnologías.

- **Innovación por la vía rápida** que comprende metodologías innovadoras, talleres de generación de ideas y entrega acelerada.
- **Propuestas digitales**, como la gestión de estrategias, diseños UX y cambios que asisten a los clientes en todos los aspectos del ciclo de vida del negocio digital.

## ¿Desea saber más?

- Visite <http://www.avanade.com/digital-business/>
- Programe una [Sesión de innovación Avanade](#)



### Acerca de Avanade

Avanade ayuda a los clientes a obtener resultados en el mundo digital mediante soluciones de tecnología empresarial, así como servicios en la nube y gestionados que combinan nuevas ideas, innovación y pericia centradas en las tecnologías de Microsoft. Nuestro personal ha colaborado con empresas de todos los sectores para lograr una mayor agilidad comercial, productividad del empleado y fidelidad del cliente. Avanade combina competencias de negocio, técnicas e industriales con el rigor de un modelo de servicio industrializado para ofrecer y desplegar soluciones de alta calidad, en el propio establecimiento, en la nube o externalizadas. Avanade, una entidad participada mayoritariamente por Accenture, fue fundada en 2000 por Accenture LLP y Microsoft Corporation y cuenta con 25.000 profesionales repartidos en más de 22 países. Puede obtener información adicional en [www.avanade.com](http://www.avanade.com).

### Norteamérica

Seattle  
Tel.: +1 206 239 5600  
America@avanade.com

### Sudamérica

Sao Paulo  
Tel.: +55 (11) 5188 3000  
LatinAmerica@avanade.com

### África

Pretoria  
Tel.: +27 12 622 4400  
SouthAfrica@avanade.com

### Asia-Pacífico

Australia  
Tel.: +65 6592 2133  
AsiaPac@avanade.com

### Europa

Londres  
Tel.: +44 (0) 20 7025 1000  
Europe@avanade.com

©2015 Avanade Inc. Todos los derechos reservados. El nombre Avanade y su logotipo son marcas comerciales registradas en Estados Unidos y otros países. Las demás marcas y nombres de productos mencionados son marcas registradas de sus respectivos propietarios.