



EL
**VIAJE DE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

**UNA GUÍA PARA
TENER ÉXITO**

Canon



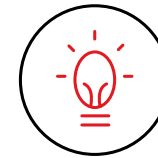


CONTENIDO

- 3** Introducción
- 8** Crear una plantilla colaborativa
- 13** Caso de éxito. DWF: digitalización de la tradición
- 14** Establecer una estrategia para triunfar
- 15** Caso de éxito. R + V Allgemeine Versicherung AG
Mejora de la eficiencia gracias a los flujos de trabajo digitales
- 17** Caso de éxito. Fabricante de motos: selección del modelo de digitalización correcto
- 18** Cómo tener éxito en el viaje de transformación digital
- 20** Caso de éxito. Una empresa energética global: mejora de la experiencia del cliente gracias a la digitalización
- 21** Inicio del viaje a una transformación digital con éxito
- 22** Seleccionar el mejor socio: ¿por qué Canon?
- 23** Referencias



INTRODUCCIÓN



La transformación digital promete mejores márgenes brutos y mejores ingresos netos¹. Además de aumentar la productividad y la eficiencia, también puede proporcionar ventajas competitivas, o incluso crear nuevas. Pero la transformación digital también trata de hacer las cosas de una manera diferente, así como de hacer cosas diferentes.

Se ha hablado mucho sobre la transformación digital, y la demanda de los clientes, tanto internos como externos, está ayudando a mantenerla en una posición prominente entre los directores de TI. Sin embargo, pese a que las grandes inversiones continúan, según IDC el 70 % de las iniciativas de transformación digital fracasarán².

Aunque existen dos principales realidades empresariales que podrían dar una solución a estos fracasos, muchos directivos suelen pasarlas por alto. La primera es que la transformación digital debería verse como un proceso de viaje, no como un destino. La segunda es que las empresas que emprenden esta clase de viaje suelen intentar pasar al «todo digital» lo más rápido posible. Pero la realidad es que, en la actualidad, trabajan en entornos híbridos donde es necesario combinar de forma única varios procesos de trabajo analógicos y digitales.

Si consiguen reconocer estas realidades y trabajar a partir de ellas, renunciando a una transformación radical, las empresas tendrán mucho más éxito en sus proyectos de automatización y digitalización. Aunque el objetivo final es la digitalización de toda

“

Pese a que las grandes inversiones continúan, según IDC el 70 % de las iniciativas de transformación digital fracasarán²



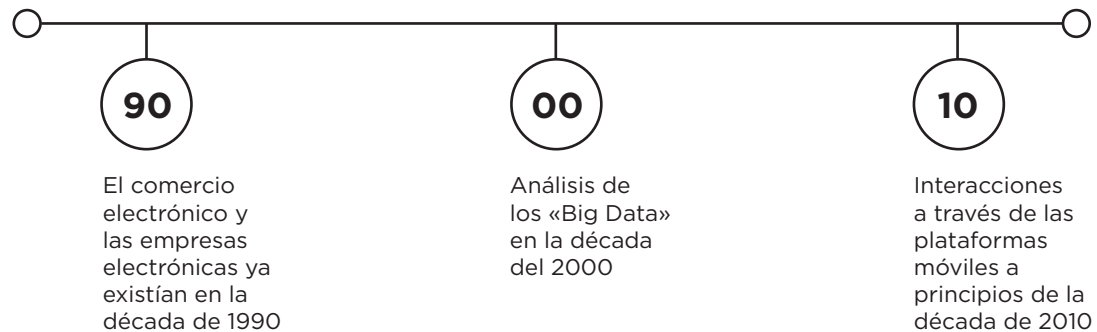
la empresa, la realidad es que el viaje de transformación digital consiste en actualizar los procesos clave y aprovechar las oportunidades de mejorar la eficiencia a través de la automatización, conservando y mejorando al mismo tiempo los flujos de trabajo no digitales con el fin de optimizarlos más adelante.

Al fin y al cabo, al establecer las bases de crecimiento para el futuro, las empresas ya están desarrollando los procesos digitales que necesitan para seguir avanzando. El objetivo de la transformación digital es mejorar la eficiencia de forma gradual y mejorar el rendimiento día tras día con ayuda de las últimas tecnologías.

Aunque el entorno empresarial híbrido todavía no está totalmente automatizado, garantiza la flexibilidad que el personal necesita para trabajar y proporciona información fundamental para seguir avanzando sin reemplazar los procesos que actualmente funcionan a la perfección. También representa el progreso dentro del viaje de transformación digital, ya que los sistemas nuevos y antiguos se combinan para satisfacer las necesidades actuales de los clientes a la vez que ofrecen una experiencia excepcional para los empleados.

CRONOLOGÍA DE LAS GRANDES TENDENCIAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

(una breve historia de las grandes tendencias de la transformación digital)



Aunque el viaje será diferente para cada empresa, una de las constantes será la evolución permanente hacia unos servicios cada vez más digitalizados. Por ejemplo, se pueden combinar sistemas de impresión manuales con sistemas financieros automatizados, o sistemas de procesamiento electrónico de la correspondencia con procesos analógicos de registro de datos.

Sea cual sea la combinación, la oficina híbrida ya ha emprendido el camino para transformar el negocio, y es fundamental que la experiencia de los clientes, empleados, proveedores y socios ocupe una posición céntrica sólida. Si se logra comprender las expectativas de todas las partes implicadas, una empresa puede asegurar una colaboración positiva entre todas ellas, algo que ya de por sí es una enorme contribución al éxito.

Así pues, la pregunta es la siguiente: ¿cómo pueden las empresas llevar a cabo cambios digitales positivos en la realidad de su entorno híbrido?

En esta guía examinaremos el entorno híbrido de las empresas de hoy en día y proporcionaremos información sobre cómo progresar con éxito en un viaje de transformación digital. Hablaremos de la cultura, la estrategia y la ejecución, reconociendo al mismo tiempo que los procesos y las tecnologías que existen en la actualidad no tienen por qué desaparecer en el futuro.



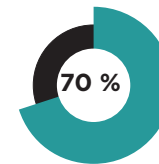
**A NIVEL GLOBAL, LAS BÚSQUEDAS DEL
CONCEPTO «TRANSFORMACIÓN DIGITAL»
HAN AUMENTADO EN UN**

30 %

SOLO EN EL ÚLTIMO AÑO

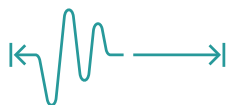


EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN UN MUNDO HÍBRIDO



Pese a las promesas de la transformación digital, IDC predice que el **70 % de las iniciativas de transformación digital fracasarán**⁵

03



Es un largo camino

Está previsto que la transformación digital **crezca con una TCAC del 20,1 por ciento** del 2017 al 2025 gracias a la optimización de los procesos empresariales⁵

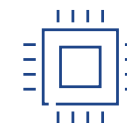
02



Las empresas actuales trabajan en entornos híbridos donde se combinan tecnologías digitales y analógicas

1 de cada 3 tiene sistemas digitalizados o automatizados de cuentas a pagar, cuentas a cobrar o gestión de proveedores

01



La transformación digital es un viaje, no un destino

La transformación digital es **1 de los 10 avances tecnológicos clave** para los siguientes 18 - 36 meses, e incluso más allá⁴

04



Es fundamental una filosofía colaborativa

Las empresas con mayor rendimiento tienen **equipos multidisciplinarios** con especialistas empresariales, tecnológicos y en experiencia del usuario⁶

05



Aceptar el mundo digital es fundamental para tener éxito

Al 31,4 % de las empresas les **faltan talento y experiencia digital**⁷



CREAR UNA PLANTILLA COLABORATIVA



La creciente demanda de la adopción del Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) ha fomentado la introducción de soluciones conectadas y ricas en datos.

El uso de smartphones, otros dispositivos móviles y aplicaciones también ha promovido la digitalización en el trabajo. Los cambios en las expectativas del personal interno, así como también de las partes externas, están dando lugar a un cambio progresivo hacia los servicios conectados dentro de la oficina.

Pero lo más importante es que la evolución digital ocupa una posición prominente en la agenda corporativa por su capacidad para dotar de más herramientas al personal y acelerar la innovación. Y estos son exactamente los motivos que llevan a los responsables de la implantación de cambios reales y organizativos a embarcarse en un viaje de transformación digital.

Según PWC, las empresas con mayor rendimiento en la transformación digital tienen una mejor comprensión de la experiencia humana que rodea a la tecnología digital (82 %, en comparación con el 69 % de otras empresas) y son más propensas a equipar los proyectos digitales con equipos multidisciplinares de especialistas empresariales, tecnológicos y en experiencia del usuario (74 % frente al 65 %). La ubicación de esta filosofía en el centro del proceso tiene un enorme impacto en el retorno sobre la inversión de estos proyectos para la empresa.⁸

Sin embargo, el cambio es un concepto con efectos polarizantes, y llevar una plantilla híbrida a un viaje de transformación puede suponer todo un desafío. Aunque, con frecuencia, la filosofía de una empresa puede dejarse guiar por las expectativas, no solo hay que escuchar a quienes buscan una experiencia digital. Muchas empresas tienen personal y procesos que son suficientemente eficientes sin la intervención del mundo digital a corto plazo. Esta situación da como resultado una filosofía híbrida, una filosofía que necesita la transformación digital para mejorar la experiencia de las personas influyentes internas y externas, independientemente del cargo que ocupen.

La participación de los clientes, empleados, proveedores, socios y otras partes implicadas externas es fundamental para garantizar el éxito del viaje de transformación digital.

ATRIBUTOS DE LAS EMPRESAS CON MAYOR RENDIMIENTO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Comparativa entre las empresas que consiguen un rendimiento económico sólido y las que no con base en la adopción de indicadores clave del rendimiento digital.



El 82 % frente al **69 %**

Comprenden bien la experiencia humana y su impacto sobre la adopción de las tecnologías digitales



El 74 % frente al **65 %**

Equipan con eficacia los proyectos digitales



Una de las principales causas de fracaso de la transformación digital es la falta de colaboración. La participación de los clientes, empleados, proveedores, socios y otras partes externas implicadas es fundamental para garantizar el éxito de este viaje.

Uno de los principales obstáculos para esta participación, especialmente para los clientes internos, es que, en última instancia, la digitalización implica nuevos procesos, nuevas tecnologías, nuevas habilidades y una nueva filosofía de trabajo. En un mundo donde el 31,4 % de las empresas afirman que les falta talento y experiencia digitales, tanto entre los empleados como en el equipo directivo⁹, el personal de RR. HH. cada vez sufre mayores presiones para mejorar las habilidades y los conocimientos digitales de los trabajadores en plantilla y de las nuevas contrataciones con el fin de maximizar las oportunidades de negocio.

Para construir un paquete de soluciones que satisfaga las necesidades de un entorno híbrido durante el viaje de transformación, es necesario combinar procesos manuales, digitales y automatizados de una manera que permita que los flujos de trabajo continúen siendo eficaces hoy, a la vez que se establecen los cimientos para incrementar la digitalización. Puesto que hay quienes abrazan el cambio y quienes se resisten a él, la mejor manera de avanzar consiste en explicar la estrategia de negocio en cada una de las fases y solicitar opiniones. La formación y la mejora de las habilidades también son fundamentales para asegurarse de que la transformación digital sea un proceso positivo y que proporcione el rendimiento y la eficiencia que las empresas necesitan a nivel humano.



El 43 %



DE LOS EMPLEADOS DE OFICINAS
HÍBRIDAS AFIRMAN QUE LA
AUTOMATIZACIÓN DEL ARCHIVADO Y
EL ALMACENAMIENTO DE DOCUMENTOS
HARÍA GANAR TIEMPO

“

Pero ¿qué debe hacer la dirección para obtener siempre valor de la inversión digital en un mundo que avanza tan rápido? La respuesta es sencilla e infinitamente compleja a la vez: **debe centrarse en la experiencia humana**. Esto implica replantearse cómo se definen y presentan las iniciativas digitales, considerar las interacciones de los empleados y los clientes en todas las etapas o **invertir en una filosofía de adopción e innovación tecnológica**, entre muchas otras cosas.

- PWC¹⁰

Satisfacer las necesidades de todos los empleados -sus habilidades y expectativas- es una obligación. El reconocimiento de que, por distintos motivos, las partes implicadas pueden estar en diferentes niveles de aceptación de la digitalización, ayudará a la empresa a construir una estrategia de transformación digital más efectiva. Este enfoque debe descomponer el viaje en etapas fáciles de manejar y con metas y objetivos claros, con el fin de fomentar la participación y tranquilizar a las partes implicadas con un proceso de cambio positivo, progresivo y diseñado para mejorar la experiencia tanto para los usuarios internos como externos.

NAVEGANDO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: EL IMPACTO EN LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL

01



El 53 % de las empresas¹¹ afirman que una de sus principales prioridades es **lograr mayores niveles de eficiencia y eficacia** en los procesos internos



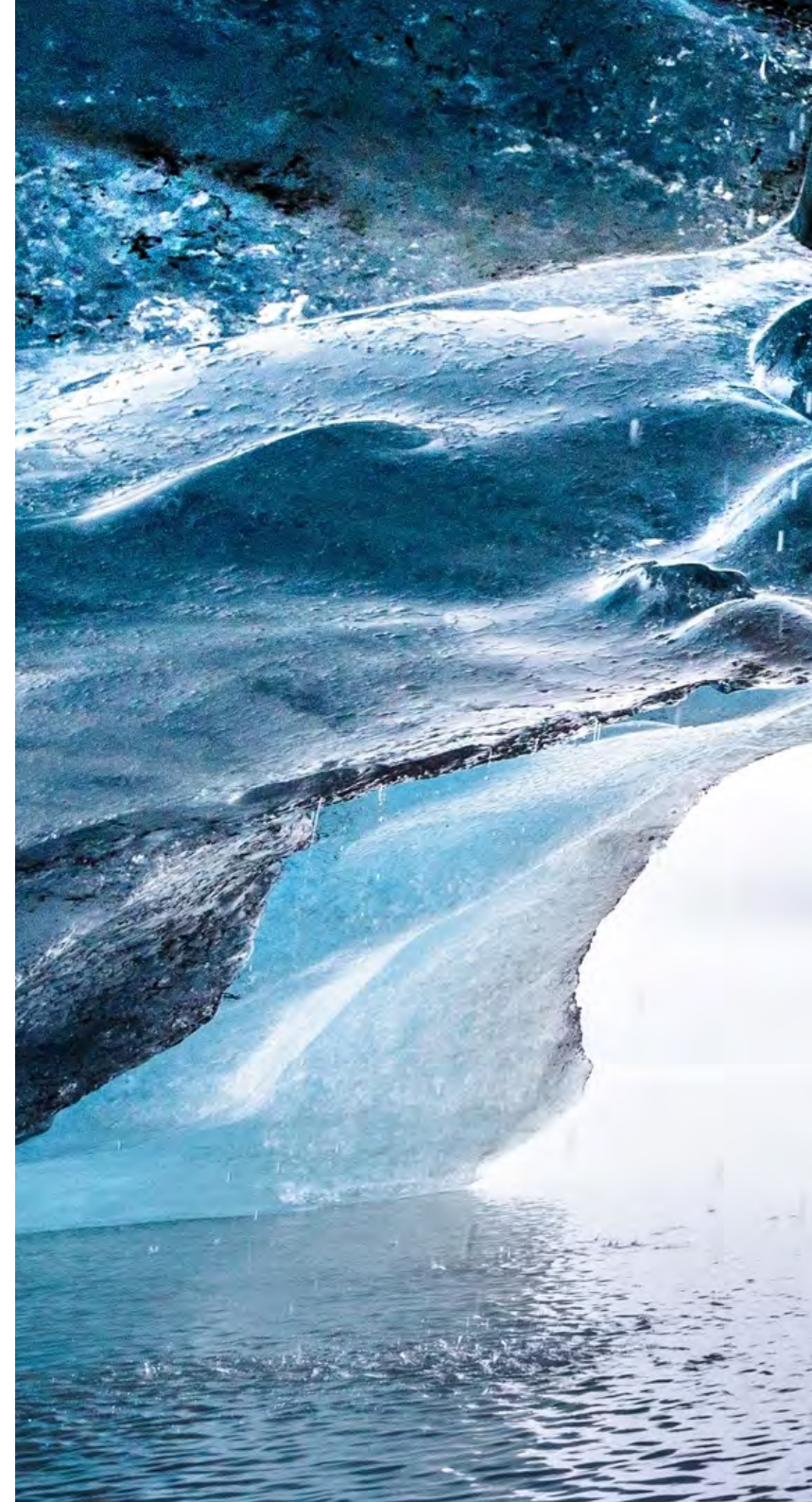
El 77 % de los empleados capacitados informan de **mejoras en su productividad**, gracias a la reducción en un 18 % del tiempo que invierten en procesos manuales. También suelen afirmar el doble de veces que las **aplicaciones son muy importantes** para acelerar la toma de decisiones¹²

02



El 52 % de los empleados reconocen que la **resistencia al cambio es uno de los principales obstáculos** para la transformación digital en sus empresas¹³

03





DWF: DIGITALIZACIÓN DE LA TRADICIÓN



DWF, uno de los 15 bufetes de abogados más importantes, trabaja en un sector donde la prisa y los procesos que exigen muchos recursos son la norma. Reconocieron que necesitaban un entorno de trabajo digital capaz de gestionar informaciones y procesos con mucho papeleo y que ayudara a conseguir los objetivos de la empresa: mejorar el servicio al cliente, aumentar la rentabilidad y atraer a los mejores.

Ese mismo entorno también tenía que proporcionar una experiencia para el cliente coherente en sus 13 oficinas internacionales, cumpliendo en todo momento la gran cantidad de normativas de un sector donde la seguridad de la información es de capital importancia.

Necesitaban a un socio que fuera capaz de hacer frente a los desafíos de un negocio híbrido y, al mismo tiempo, retar a DWF a transformar su negocio a través de la tecnología.

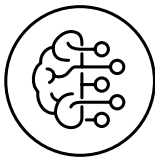
Canon introdujo el acceso móvil a los documentos, la impresión móvil y una sala de correspondencia digital que digitaliza automáticamente todos los documentos publicados y los envía directamente al buzón de entrada del destinatario por correo electrónico. Esto aporta una gran flexibilidad al personal de DWF a la hora de trabajar, tanto si están de viaje, con clientes o en un escritorio compartido en una oficina distinta. Está previsto que la solución de sala de correspondencia digital por sí sola se amortice en un plazo de dos años y que, a partir de ahí, proporcione un ahorro de costes anual de hasta 1 millón de libras esterlinas.



Al capacitar a nuestros usuarios para que puedan **acceder a información fundamental** y a los **procesos empresariales desde cualquier lugar**, estamos fomentando la eficiencia y el espíritu de superación con vistas a nuestros clientes.

Explica **Janice Moores**, Directora de servicios y compras de DWF.

ESTABLECER UNA ESTRATEGIA PARA TRIUNFAR



Para implantar el cambio digital de una manera estratégica es necesario determinar en qué parte del viaje se encuentra la empresa, con el fin de saber cuál será la siguiente etapa en su evolución.

Tratar la transformación digital de manera poco específica puede causar complicaciones, o incluso llevar al fracaso: de la multitud de implantaciones tecnológicas, entre las que se incluyen la informática en la nube, los Big Data y las redes sociales, al menos el 67 % de los esfuerzos resultan fallidos o terminan siendo decepcionantes¹⁴.

Cuando piensan en el futuro, muchas empresas creen que el uso de soluciones en la nube acabará dando paso a la transformación digital.

El 13 % de las empresas que han implantado o tienen previsto implantar una estrategia de transformación digital opinan que la nube es un factor fundamental, y el 80 % creen que es importante¹⁵.

Sin embargo, una estrategia de transformación digital eficaz reconoce que, aunque la nube es un habilitador muy eficaz, las infraestructuras tecnológicas de una empresa suelen tener una naturaleza mixta, ya que emplean una combinación de soluciones locales, externalizadas y basadas en la nube. De hecho, las cargas de trabajo y la innovación pueden verse altamente beneficiadas cuando se combinan sistemas locales y en la nube para crear un entorno de datos de alto rendimiento.

Tal como hemos visto, la mayoría de las empresas trabajan en un mundo híbrido que combina información digital y en papel, lo que significa que una estrategia de transformación eficaz debe tratar y conectar ambas facetas.

Así pues, la pregunta es la siguiente: ¿cómo pueden las empresas llevar a cabo cambios digitales positivos en la realidad de su entorno híbrido?

La automatización digital de todos los procesos empresariales como parte de un proyecto de grandes dimensiones debe estudiarse minuciosamente, ya que requiere mucho tiempo y dinero. Es importante reconocer que, aunque es posible transformar los procesos no digitales, algunos no son prioritarios en la actualidad.

La clave de una estrategia eficaz consiste en identificar en qué punto del viaje se encuentra la empresa antes de intentar realizar un cambio drástico implantando una solución de transformación digital global. Si al mismo tiempo se mejora la eficiencia de los procesos no digitales de baja prioridad, también se mejorará el retorno sobre la inversión a corto plazo.

Para facilitar esta identificación, existen tres etapas principales de madurez digital: la digitalización, la automatización y la optimización.

Escala de madurez de la transformación digital

Digitalización

Existen empresas que raramente usarán procesos digitales y que, si llegan a hacerlo, será solo porque se lo exige un cliente o la ley. Otras pueden conservar procesos en papel y, al mismo tiempo, aprovechar un sistema de gestión de documentos con funciones digitales de escaneo y captura para mejorar la seguridad y facilitar las búsquedas. Estas empresas estarían en la categoría «Digital». Su estrategia de transformación primero se centra en avanzar hacia un ecosistema cada vez más digitalizado donde, por ejemplo, los documentos electrónicos y escaneados se combinan en un único sistema y se da prioridad al uso de documentos y formularios creados digitalmente.

LA IMPORTANCIA DE LA NUBE

La importancia de la informática en la nube para el éxito de la transformación digital según Cloud Industry Forum

El 13 %
cree que es fundamental

El 80 %
cree que es importante

R+V ALLGEMEINE VERSICHERUNG AG

MEJORA DE LA EFICIENCIA GRACIAS A LOS FLUJOS DE TRABAJO DIGITALES



Como parte de su viaje de transformación digital, la aseguradora alemana R+V Allgemeine Versicherung AG necesitaba digitalizar los flujos de trabajo y los procesos de su gestión de documentos críticos y su procesamiento general de documentos.

Antes, utilizaban una solución interna para gestionar hasta 100 000 documentos al día, como partes de seguros y contratos, pero solo podían acceder a ella un número limitado de personas. Como consecuencia, se formó un cuello de botella que afectaba a la eficiencia y a los tiempos de respuesta en toda la empresa. La falta de transparencia también dificultaba la identificación de errores.

Con la ayuda de Canon, R+V Allgemeine Versicherung AG implantó una solución que automatizó el procesamiento y la entrega de todos los documentos. La plataforma de procesamiento de documentos Océ COSMOS de Canon con Gestión de documentos críticos también les permitió hacer un seguimiento integral del proceso de evaluación de reclamaciones y al mismo tiempo, verificar, medir y validar el resultado de cada etapa del proceso de entrega de los documentos. Este sistema también permitió que varias personas pudieran acceder a la información en cualquier momento.

Como resultado, el personal ahora disfruta de procesos más transparentes y seguros gracias a que los documentos se controlan íntegramente desde un solo punto de operaciones. A su vez, esto libera valiosos recursos que pueden dedicarse a las funciones clave del negocio. Y, lo que es más importante todavía, gracias a las capacidades digitales de la solución, ahora R+V Allgemeine Versicherung AG se puede comunicar con sus clientes a través del canal que elijan.

La implantación también cuenta con la flexibilidad inherente que se necesita para incorporar los nuevos canales que requiera el cliente, como portales en línea y medios electrónicos.



La estrategia de transformación digital de R+V Allgemeine Versicherung AG está diseñada para ofrecer a nuestros clientes una comunicación segura y transparente a la vez que se mejora la eficiencia del personal. La colaboración con socios como Canon nos permite avanzar en nuestro viaje de transformación digital y utilizar los flujos de trabajo digitales de una manera que mejora la experiencia tanto de nuestros clientes como de nuestros empleados.

- Ms Baar, Group Management Application Management Document Logistics

Automatización

Para las empresas que ya cuentan con un muy alto nivel de digitalización en sus procesos, el próximo paso consiste en adoptar un enfoque más automatizado. La siguiente etapa del viaje consiste en combinar flujos de trabajo y vías digitales con tareas automatizadas, como, por ejemplo, el envío automático de respuestas en una sala de correspondencia. La tecnología de automatización suele ser independiente del sistema de TI y de los procesos, lo que permite a las empresas construir sus propios sistemas dentro del entorno de TI existente. Al automatizar las tareas, las empresas pueden reducir notablemente la duración total de los procesos a la par que el error humano, dando lugar a una solución rentable en términos de productividad y satisfacción de los empleados, que pueden dejar de realizar tareas repetitivas y sistemáticas en favor de otras más gratificantes y orientadas al cliente.

Optimización

Cuando una empresa recoge las recompensas de la automatización de los procesos, hay que centrarse en el componente de transformación del viaje. La innovación significa optimización, y la optimización de los procesos de la empresa y la de la experiencia del cliente deben ir de la mano. Para conseguirlo, es imprescindible tender puentes entre disciplinas y abrir vías de comunicación entre las diferentes formas de optimización e innovación; no bastará con utilizar un enfoque general. Hay que pensar en diferentes maneras de colaborar, establecer prioridades y tener siempre en cuenta los resultados y al cliente.

Cuando los procesos de una empresa están verdaderamente automatizados y optimizados, esta deja de trabajar con documentos para hacerlo con datos. La optimización permite acceder a informaciones y análisis que permiten mejorar los procesos y tomar decisiones estratégicas beneficiosas para la empresa.

Sin embargo, no siempre es fácil identificar en qué etapa se encuentra una empresa. No es raro que diferentes departamentos o funciones de una empresa estén en distintas etapas de madurez, en cuyo caso lo mejor sería contar con el apoyo de un socio objetivo y experimentado que pueda ayudar a organizar tanto el estado actual como los siguientes pasos a seguir.

La transformación de una empresa no tiene que suceder de la noche a la mañana. Sin embargo, al adoptar esta estrategia de autoevaluación, las empresas pueden comprender rápidamente dónde yacen sus mejores oportunidades dentro del mundo digital.



“

Actualmente, los directores de TI no se centran solo en la tecnología, sino también en cómo estas nuevas metodologías, tecnologías y prácticas **proporcionarán y crearán valor para el negocio y sus clientes.**

- Shawn Williams, director de TI de Koorsen Fire & Safety¹⁶

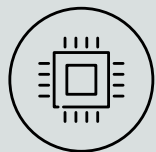
Una optimización constante dará lugar a una transformación digital a largo plazo, especialmente si lo primero que hace la empresa es identificar y tratar las carencias de sus procesos y tecnologías.

Quienes tengan éxito establecerán una estrategia de cambio progresivo a lo largo del tiempo, identificando las necesidades y oportunidades de digitalización de acuerdo con las demandas actuales de la empresa (y de sus clientes y proveedores), los requisitos para el futuro y los objetivos generales.

Intentar transformar la empresa de golpe podría impedirle alcanzar todo su potencial. En lugar de ello, las empresas deben establecer sus prioridades a la hora de digitalizar los procesos, algo que suele ser difícil de hacer desde dentro.

Una vez que se ha identificado el nivel de madurez digital de la empresa, se pueden buscar las carencias en sus procesos y aplicarles una o varias soluciones adecuadas, siempre respetando las prioridades. La mejor base para lograr los resultados deseados es adaptar los procesos y las estrategias tecnológicas al entorno híbrido actual y colaborar con un socio que sea capaz de tender puentes entre la realidad del presente y el futuro deseado.

FABRICANTE DE MOTOS:



SELECCIÓN DEL MODELO DE DIGITALIZACIÓN CORRECTO

Uno de los fabricantes de motos y scooters más importante de Europa, de rica herencia y profunda tradición, debía hacer frente a enormes volúmenes de procesos en papel que afectaban a la eficiencia de la gestión y el archivado de la correspondencia entrante y los flujos de trabajo financieros. Toda la correspondencia entrante se recibía en la sede central de Italia, lo que significaba que los empleados del resto del mundo debían esperar entre dos días laborables y tres semanas para recibir los documentos que precisaban su atención.

La empresa reconoció que era necesario digitalizar los procesos y los flujos de trabajo prioritarios para cumplir los ajustados objetivos de gestión y producción. Además, debido a la presencia de varias marcas y ramas de negocio dentro del grupo empresarial, se decidió que se debía dar prioridad al archivado y a los documentos de la cadena de suministro.

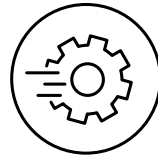
Se eligió a Canon como socio de externalización para los procesos empresariales de preparación de formularios, gestión de las actividades administrativas e implantación de la sala de correspondencia digital.

Ahora, los numerosos documentos que llegan cada día se evalúan en la sala de correspondencia digital y se hacen llegar mucho más rápidamente a los empleados de todo el mundo. La digitalización también incluye la implantación de un diagrama de flujo de facturación, donde los miembros relevantes de los equipos pueden acceder a los documentos administrativos y consultar su estado en cuestión de horas.

No solo las primeras etapas del viaje de su transformación digital ya han dado sus primeros frutos en términos de velocidad y eficiencia, sino que la digitalización de los formularios y los flujos de trabajo también cumple con los requisitos legales y de conformidad.



CÓMO TENER ÉXITO EN EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL



La tecnología actual, ya sea inteligencia artificial (IA) o escaneo inteligente, solo significa progreso si su implantación ayuda realmente a que la empresa avance con eficacia por el proceso de transformación.

La digitalización, la automatización y la optimización fomentan la innovación en toda la empresa. En última instancia, lo que definirá el éxito de cada etapa es la combinación exacta de agilidad y especialización a la hora de crear nuevas experiencias digitales.

La flexibilidad de ejecución determina la capacidad de ejecutar con eficacia una etapa específica de la transformación digital. Puesto que la mayoría de las grandes empresas no están estructuradas para acomodar un cambio completo, es necesario incorporar esa flexibilidad a su modelo operativo. Es por este motivo que las empresas necesitan varias maneras de ejecutar una estrategia de transformación digital.

La tecnología digital debe permitir avanzar en la visión de negocio de las empresas siempre de acuerdo con las expectativas de las partes implicadas, tanto internas como externas. Esta idea ha pasado a ocupar una posición central a medida que el análisis ha abandonado el segundo plano que ocupaba tradicionalmente en favor de una posición más prominente en la toma de decisiones, con funciones de autoservicio que permiten a los analistas generar información sin necesidad de recurrir a la TI. Sin embargo, pese a la oportunidad que representa el mundo digital, es muy importante que la empresa funcione con eficacia, rentabilidad y fluidez.

Uno de los primeros pasos para lograr el verdadero éxito en la ejecución de una estrategia de transformación digital consiste en identificar el proceso que se beneficiaría más de la digitalización o la automatización, y utilizarlo como base para realizar una expansión gradual e integrada. La empresa también debe identificar qué procesos deben continuarse gestionando internamente y cuáles deberían externalizarse o proporcionarse como servicios gestionados (con todas las ventajas que ello conlleva).



Muchos directores de TI que aceptan las brillantes nuevas tecnologías, como el IoT, los chatbots y otras tecnologías de IA y de aprendizaje automático, **las implantan de una en una, en lugar de construir una plataforma cohesionada.** Ven la tecnología como componentes que se deben implantar individualmente, pero no tienen una propuesta de valor que las incluya todas.

- Rubén Mancha, profesor adjunto de sistemas de información del Babson College¹⁷

Es posible que no tenga que externalizarse todo un proceso, sino solo una pequeña parte. Esto se conoce como subcontratación y forma parte de una iniciativa general de deslocalización inteligente. Colaborar con un socio puede ayudar a una empresa a proporcionar una solución o un servicio de la mejor manera posible para satisfacer las necesidades del cliente, ya sea localmente, en la nube o como servicio. Este enfoque también se asegura de mejorar el rendimiento de los procesos no digitales hasta que estén a punto para digitalizarse.

La asociación con empresas innovadoras está reconocida como la segunda estrategia más popular para fomentar la innovación (52 %), solo por detrás de dedicar más tiempo a esta actividad (54 %).¹⁸ Es fundamental colaborar con un socio que comprenda la naturaleza híbrida de las oficinas modernas, de forma que la propia empresa pueda modernizarse sin que el proceso afecte al resultado. Dicho socio también debe poseer el equipamiento y la experiencia necesarios para ofrecer el modelo de procesos empresariales automatizados que sea más adecuado para una empresa, ya sea externalizándolo por completo o gestionando solo una parte del proceso. Un modelo de entrega flexible es fundamental para asegurarse de que el viaje de transformación digital empiece correctamente y siga siempre el buen camino.

Para definir el viaje correcto de transformación digital, primero hay que considerar lo siguiente:

- ¿En qué etapa de la escala de madurez de la transformación digital te encuentras actualmente?
- ¿Qué procesos no digitales deben conservarse durante algún tiempo como parte de un entorno híbrido?
- ¿Cuáles son los procesos empresariales que se beneficiarían más de la digitalización o que mejorarían más con la optimización?
- ¿Qué procesos se beneficiarían más de una mejor eficiencia y de unos costes más bajos?
- ¿Qué clase de documentos críticos hay en la empresa? ¿Existen problemas en los flujos de trabajo que los rodean?
- ¿Qué procesos empresariales deben supervisarse localmente y cuáles se beneficiarían más de la externalización o del uso como servicios gestionados?





UNA EMPRESA ENERGÉTICA GLOBAL

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN



En una multinacional energética, un proyecto sobre la experiencia del cliente reveló que era necesario mejorar la comunicación con los clientes. Se determinó que el origen del problema estaba en que se procesaban enormes flujos de papeleo. Asimismo, se utilizaban diferentes empresas para los materiales digitales, la impresión y la correspondencia, así como para el archivado de todos los materiales, lo que reducía sobremanera el nivel de control y alargaba excesivamente los cambios y las implantaciones.

Se entendió que las dos fases más importantes en relación con los clientes -el viaje de captación y el viaje del cliente- tenían una naturaleza híbrida y requerían que la información correcta llegara al cliente de la manera deseada (interacciones digitales y/o en papel). Se necesitaba una comunicación con el cliente eficiente y de varios canales, con un solo proveedor.

Canon proporcionó un Servicio de comunicaciones con el cliente (CCS) en forma de servicio gestionado que posibilita una comunicación individualizada y adaptada al cliente, utilizando enormes archivos de clientes y bases de datos enlazadas. Ahora, la empresa puede enviar mensajes y documentos por correo electrónico, impresos o a través de portales web, además de almacenarlos en el sistema de gestión de documentos. Desde su punto de gestión central, Canon gestiona las funciones necesarias y todos los proveedores de servicios externos implicados en la comunicación con los clientes.

Con un acuerdo de servicio y un socio de contratación para todas las comunicaciones de salida con los clientes, la empresa ha logrado reducir el periodo de implantación de los cambios de seis/ocho semanas a un solo día, y ha conseguido ahorrar más de un millón de euros en costes. La firmeza y la flexibilidad también han mejorado notablemente.



Con los productos de bajo interés, como la energía, hay que marcar la diferencia en aspectos como el servicio y la satisfacción de los clientes. Para conseguirlo, hemos pasado de ser una empresa orientada a la producción a una empresa energética orientada al cliente. Los nuevos sistemas, como la **plataforma de comunicaciones de Canon, son indispensables para conservar a los clientes, tanto los actuales como los nuevos.**

explica el **director del proyecto**

“

Incluso el significado de la palabra «digital» ahora es diferente. Antes, solía ser sinónimo de «TI». Hoy en día, **la estrategia digital de una empresa es lo que prácticamente dirige su hoja de ruta y los objetivos de muchos departamentos**, desde marketing a ventas y RR. HH.

- HBR¹⁹

INICIO DEL VIAJE A UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON ÉXITO

La transformación digital siempre se ha percibido como un cambio radical. Que, a través de ella, todo en el negocio -el diseño, la producción, la venta, la entrega y el mantenimiento de los productos- cambia de golpe.

Sin embargo, aunque es cierto que obliga a las empresas a reconsiderar sus procesos empresariales, métodos de gestión y sistemas de información, así como todo lo relacionado con la naturaleza del cliente y otras relaciones externas²⁰, su ejecución requiere un enfoque más pausado.

El número de proyectos de transformación digital que han fracasado o están fracasando en Europa²¹ es un indicativo de los desafíos a los que deben hacer frente las empresas. Puede discutirse que estos desafíos se deriven del hecho de no reconocer la naturaleza híbrida de la empresa y de la necesidad de conservar esa naturaleza durante algo más de tiempo.

Al examinar en qué fase de la transformación digital se encuentra una empresa, lo más importante es reconocer que se trata de un viaje propio y que debe adaptarse a su estrategia específica. En lugar de intentar que la transformación digital abarque todos los objetivos y estrategias de la empresa, es mucho más eficaz aceptar la naturaleza híbrida del momento actual y concentrarse en descomponerla función a función, proceso a proceso, e incluso documento a documento.

Las empresas que se embarcan en el viaje de transformación digital pueden aumentar considerablemente sus ingresos, cumplir las expectativas de los clientes y ofrecer un servicio excepcional en cualquier dispositivo. Se pueden mejorar significativamente las comunicaciones con los clientes y todas las demás partes implicadas, e incluso el rendimiento de los empleados.

Al aceptar que la transformación digital es un viaje que se puede realizar paso a paso, las empresas pueden reducir los desafíos que deben afrontar a tareas más manejables; y, al trabajar con una tercera parte que comprenda y pueda hacer frente a los desafíos del entorno híbrido, es mucho más probable que el camino emprendido lleve al éxito.

SELECCIONAR EL MEJOR SOCIO: ¿POR QUÉ CANON?

Canon trabaja estrechamente con sus clientes en sus viajes de transformación digital para garantizar su éxito, tratando todo su entorno. Por su capacidad para proporcionar procesos empresariales automatizados en forma de servicio -ya sea por externalización o subcontratación- y soluciones locales y en la nube, Canon es un asesor de confianza que comprende la automatización de procesos y todo lo relacionado con la transformación digital.

Posee la experiencia y los conocimientos necesarios para guiar a las empresas en sus viajes de transformación digital, a la par que mejora la eficiencia, se reducen los costes y se incrementa la conformidad del entorno existente de contenidos y documentos.



Trabaja con un socio internacional de confianza, innovador y económicamente estable

80 años de experiencia
Marca internacional de confianza
Fortune 500



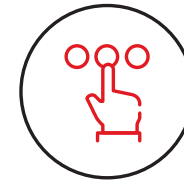
Compromiso para guiarte por el viaje de transformación digital

Compromiso con la innovación (el Grupo global de Canon invierte el 7,5 % de los ingresos consolidados en I+D)
Tecnología líder
Red de socios con las mejores soluciones



Benefíciate de nuestra experiencia y conocimientos acreditados en EMEA

Más de 1300 integraciones de automatización de procesos empresariales complejos en Europa
Adquisiciones en Europa (IRIS, Therefore, IDM, DocsPRO, etc.)
18 000 personas en 120 mercados
Coherencia en EMEA



Soluciones adaptadas a tus preferencias (con la calidad y la seguridad esperadas)

Capacidad para suministrar integración de sistemas local, gestión basada en la nube y servicios totalmente externalizados
Centros de datos y sitios de procesamiento conformes con las normas ISO
Asistencia global las 24 horas



Un único socio para todas tus necesidades de gestión de documentos y de la información

Propuesta para todo el ciclo de vida de los documentos (captura, procesamiento, salida y distribución)
Un único proveedor significa un único punto de contacto, un único punto de facturación e informes consolidados

REFERENCIAS

- 1 <https://www.cio.com/article/3149977/digital-transformation/8-top-digital-transformation-stories-of-2016.html>
- 2 <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US40550115>
- 3 <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US40550115>
- 4 <https://www.cio.com/article/3229666/digital-transformation/digital-transformation-your-career-at-a-crossroads.html>
- 5 <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/digital-transformation-market>
- 6 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/digital-iq/assets/pwc-digital-iq-report.pdf>
- 7 <http://marketing.prophet.com/acton/media/33865/altimeter--the-2017-state-of-digital-transformation>
- 8 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/digital-iq/assets/pwc-digital-iq-report.pdf>
- 9 <http://marketing.prophet.com/acton/media/33865/altimeter--the-2017-state-of-digital-transformation>
- 10 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/digital-iq/assets/pwc-digital-iq-report.pdf>
- 11 <http://www.aon.com/unitedkingdom/attachments/trp/whitepaper-digital-maturity.pdf>
- 12 <https://www.vmware.com/radius/impact-digital-workforce/>
- 13 <https://hbr.org/resources/pdfs/comm/microsoft/Competingin2020.pdf>
- 14 <https://www.cnbc.com/2015/10/30/technology-spending-isnt-all-its-cracked-up-to-be-study.html>
- 15 <https://www.cloudindustryforum.org/content/cloud-fundamental-digital-transformation-strategies>
- 16 <https://www.cio.com/article/3229666/digital-transformation/digital-transformation-your-career-at-a-crossroads.html>
- 17 <https://www.cio.com/article/3248946/digital-transformation/12-reasons-why-digital-transformations-fail.html>
- 18 <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/07/harvey-nash-kpmg-cio-survey-2017.pdf>
- 19 <https://hbr.org/2017/05/how-the-meaning-of-digital-transformation-has-evolved>
- 20 <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/why-digital-transformation-is-now-on-the-ceos-shoulders>
- 21 <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US40550115>



Acerca de Canon Europa

Canon es una empresa internacional de confianza con estabilidad económica y una dilatada historia de innovación en la gestión de impresiones e imágenes. La unidad de negocio y servicios de la información (BIS, por sus siglas en inglés) de Canon ayuda a las empresas en sus viajes de transformación digital y trabaja estrechamente con sus clientes para garantizar el éxito, tratando todo el entorno.

La unidad BIS de Canon es un socio que puede desarrollar, gestionar y combinar tus necesidades de procesamiento de información y documentos, tanto en formato físico como digital, ya sea localmente, a través de la nube o de forma totalmente externalizada, de acuerdo con tus necesidades operativas y comerciales. Canon es un asesor de confianza que comprende la automatización de procesos y todo lo relacionado con la transformación digital, y posee la experiencia y los conocimientos necesarios para guiar a las empresas en sus viajes de transformación digital, a la par que mejora la eficiencia, se reducen los costes y se incrementa la conformidad del entorno existente de contenidos y documentos.

Más información acerca de Canon Europa disponible en: www.canon-europe.com

O contacta con nosotros: www.canon-europe.com/for_work/online-enquiry/

Canon Inc.
canon.com


Canon España
canon.es

Spanish edition 0147W156
© Canon Europa N.V. 2017

Canon España, S.A.
Avda. de Europa, 6
28108 Alcobendas
(Madrid)
Tel.: 91 538 45 00
Fax: 91 564 01 17
canon.es

 /Canon

 /Canon

 /CanonEmpresaES

Canon