

Equilibrio en el camino digital

Un informe de Fujitsu

2016

shaping tomorrow with you

FUJITSU

“El mundo digital está pasando de ser una simple visión estratégica futura para los responsables de TI y de tecnología digital a ofrecer una auténtica ventaja competitiva hoy en día.”
– Gartner

Contenido

Introducción.....	4
Resumen ejecutivo.....	6
La cuerda floja de la digitalización.....	8
Trazar el futuro digital de Europa	12
Adoptar la economía digital.....	14
Conclusión.....	19

Introducción

Desde el envejecimiento de la población y una migración urbana sin precedentes hasta la incertidumbre económica y la urgente necesidad de un suministro energético sostenible, Europa se enfrenta actualmente a una serie de inquietantes desafíos sin igual.

La tecnología es la que interconecta toda esta agitación social, política y económica. Estamos siendo testigos de la evolución de un mundo hiperconectado, con unas tecnologías emergentes que facilitan unas conexiones ultrarrápidas entre personas, procesos, objetos e información. Solo en 2020, se espera que haya unos 50.0001 millones de dispositivos conectados y un billón de sensores² en objetos de uso cotidiano, aunque los expertos predicen unas cifras aún mayores.



¹ Gartner, Embed Digital Business Into the Fabric of Your Organization, Michael Burkett, 5 de noviembre de 2015. G00292637. <http://www.gartner.com/document/3163226>
² Fairchild Semiconductor, With a Trillion Sensors, the Internet of Things Would Be the „Biggest Business in the History of Electronics“.

Ante esta nueva realidad, nadie puede evitar que se produzca un cambio fundamental. Para sobrevivir y triunfar en este mundo hiperconectado, las empresas necesitan digitalizarse, ya que este será el único medio que les permita prepararse y adaptarse a un cambio tan rápido y constante.

Y es que al final, nadie podrá escapar de la digitalización. El cambio ya está aquí, desde el deseo de los empleados de trabajar de un modo diferente, hasta la aparición de nuevos competidores y la demanda de un nuevo enfoque por parte de los clientes.

Todo esto obliga a las organizaciones a tomar decisiones difíciles. Aunque la digitalización ofrece una gran oportunidad de crecimiento y creación de valor, también puede suponer un aumento exponencial de los riesgos y la complejidad. Deberán tomarse decisiones contra prioridades contradictorias, muchas veces sin disponer de toda la información, sin contar con los conocimientos adecuados y sin poder predecir las consecuencias.

Naturalmente, es posible que este panorama no se perciba fácilmente cuando nos centramos en cuestiones más tácticas, como por ejemplo, elegir qué resulta más conveniente: una nube privada o una pública, un almacenamiento remoto o uno centralizado, o unas aplicaciones móviles o unas centralizadas. También se plantea el gran problema de decidir qué hacer con la infraestructura de TIC ya existente. Ante nosotros se desarrolla una transformación imparable, pero no podemos dejar atrás sin más nuestras soluciones actuales. Necesitamos equilibrar riesgos y costes al mismo tiempo que nos digitalizamos sin que nuestras operaciones cotidianas se vean afectadas.

Creemos que los triunfadores en un mundo futuro hiperconectado y sumamente complejo serán aquellas empresas que se den cuenta de que el valor no se obtiene utilizando tecnologías específicas, sino facilitando conexiones. Al aprovechar el poder de los datos para impulsar la innovación, la información y las ideas, estas organizaciones podrán seguir el camino correcto hacia el crecimiento y la competitividad, sin que su seguridad se vea mermada.

Fujitsu ha realizado un estudio para saber cómo afrontan las empresas su destino digital: hemos hablado con más de 600 directores ejecutivos y responsables de TI europeos y les hemos preguntado cómo se está gestionando el proceso de digitalización en sus empresas.

Nuestro estudio ofrece una instantánea de cuatro países (Suecia, Alemania, Reino Unido y España) en las diversas fases del viaje digital, aunque su objetivo general consistía en evaluar el nivel de confianza de las organizaciones a la hora de adaptarse al nuevo mundo digital.

Cuando se indaga un poco más, el optimismo empresarial ante la transformación digital se muestra más bien como una falsa valentía. Según la encuesta, solo una de cada cuatro empresas realmente confían en sus decisiones digitales, mientras que dos de cada tres llegan a admitir incluso que el éxito de sus proyectos de transformación digital es una cuestión de suerte.

La transformación digital resulta cada vez más importante para la estabilidad social y económica, y para que las empresas puedan prosperar, deberán acelerar el ritmo a la hora de unir la tecnología con las nuevas ideas. No obstante, el hecho de que no se defina claramente quién gestionará la digitalización y de que existan unas prioridades contradictorias supone un gran obstáculo para alcanzar el éxito. Fujitsu se centra en ayudar a sus clientes en su camino hacia la transformación digital permitiéndoles alcanzar un equilibrio, tanto para que triunfen en el mundo digital como para que transformen sus negocios sin ningún problema.

Duncan Tait,

Director general, vicepresidente ejecutivo y responsable de EMEA, Fujitsu

Resumen ejecutivo

Para ofrecer una visión general sobre la digitalización actual, encuestamos a más de 600 directores ejecutivos y responsables de TI de Suecia, Alemania, Reino Unido y España. Y esto es lo que descubrimos.

Los responsables de tomar decisiones confían demasiado en su madurez digital

Fujitsu descubrió un asombroso nivel de confianza por parte de los encuestados con respecto a sus propias capacidades y progresos en relación a los proyectos de transformación digital. No obstante, bajo esa coraza, se esconde una gran incertidumbre; por ejemplo, dos de cada tres afirman que resulta complicado acordar el procedimiento a seguir, mientras que un porcentaje similar reconoce que les convendría adoptar un enfoque más equilibrado. Fujitsu opina que una sobrevaloración de las aptitudes unida a la incapacidad de comprender las complejidades de la transformación digital forman el caldo de cultivo perfecto para el fracaso.

La digitalización se considera fundamental para alcanzar el éxito

Tres cuartas partes de las organizaciones se muestran deseosas de agilizar el proceso hacia la adopción digital y señalan como principales ventajas la atracción y conservación de personal competente, la capacidad de respuesta ante el mercado y la retención y fidelización de clientes. Por otro lado, los mayores riesgos de quedarse atrás serían una reducción de la productividad y de los ingresos globales.

Las ventajas principales de la digitalización están muy claras, pero llegar hasta ahí es una cuestión de suerte.

El 70 % de los encuestados sigue considerando la transformación una cuestión de suerte, lo cual revela que tras esa coraza de aparente valentía se esconde bastante miedo y preocupación. Además, a tres cuartas partes de las empresas les gustaría agilizar sus proyectos de transformación digital. No obstante, los directivos de nivel C también reconocen que el proceso se enfrenta a diversos obstáculos, como por ejemplo, el hecho de no saber cómo integrar las nuevas soluciones con la infraestructura y los procesos ya existentes, y no contar con las capacidades de TIC pertinentes. En dos tercios de los casos, esta situación se agrava aún más por la ausencia de una visión común con respecto a las prioridades digitales.

Los directivos de nivel C y los responsables de TI coinciden en cuanto a las ventajas de la transformación

Se destacaron cuatro ventajas clave que aportaría una exitosa transformación digital: la atracción y conservación de un personal competente, la capacidad de respuesta comercial ante el mercado, la retención y fidelización de clientes y un aumento progresivo de la productividad de los empleados. Los incentivos para afrontar con éxito la transformación se reconocieron claramente.

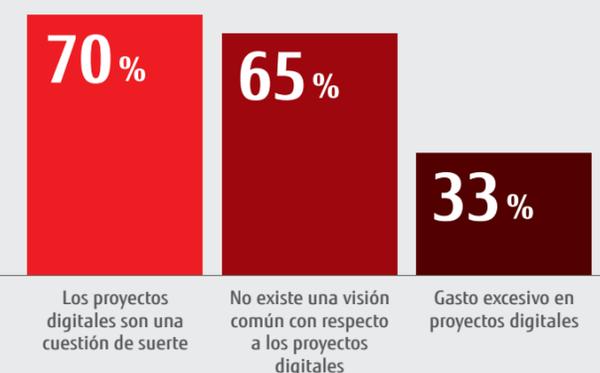
Todos reconocen los principales peligros que conlleva una digitalización demasiado lenta

Con la misma claridad con la que se ven las ventajas, también se aprecian los inconvenientes que supone no digitalizarse con la suficiente rapidez, siendo cuatro principalmente los que se destacan en nuestra encuesta: una reducción de la productividad y de los ingresos globales, la incapacidad de atraer y conservar personal competente y un aumento de los costes. Asimismo, el hecho de no priorizar los proyectos digitales y la falta de capacidades para hacerlo son dos de los principales obstáculos para alcanzar el éxito.

Los responsables de tomar decisiones están demasiado centrados en la tecnología

No hay ningún área de negocio que se ocupe de gestionar la digitalización. No obstante, en la mitad de las organizaciones, la atención se centra en los equipos de TI, lo cual sugiere que la digitalización podría considerarse un desafío tecnológico.

Desafíos de la transformación digital



Equilibrio en el camino digital

A primera vista, las organizaciones europeas parecen optimistas sobre su madurez digital.

Nada menos que un **92 %** de los responsables de TI encuestados por Fujitsu afirmaron que sus organizaciones gozaban de una cierta o de una enorme madurez digital.

Este optimismo también se refleja en su visión sobre la competencia: tres de cada cinco encuestados creen que se encuentran al mismo nivel que sus competidores en cuanto a madurez digital y uno de cada tres se consideran más avanzados. En total, nada menos que dos tercios de los encuestados opinan que sus organizaciones son líderes en tecnología digital.

Los motivos que alegan para adoptar con entusiasmo un futuro digital son igualmente positivos. Nuestra encuesta confirmó que los responsables de TI reconocen rápidamente el papel fundamental que desempeña la digitalización para el éxito y crecimiento empresarial, destacando como principales ventajas la atracción y conservación de personal competente (43 %), una mayor capacidad de respuesta ante el mercado (38 %) y una mejor retención y fidelización de clientes (37 %).

No obstante, si indagamos un poco más en el modo en que la digitalización se está gestionando y consolidando, observamos claramente que las organizaciones europeas tienen poco margen de error. Ante las difíciles decisiones que han de tomarse, una leve apariencia de optimismo enmascara una vorágine de elementos impulsores, prioridades, intereses y presupuestos contradictorios. De hecho, las organizaciones mantienen un equilibrio inestable entre dos riesgos digitales opuestos: el estancamiento y la aceleración.

Los peligros de quedarse atrás

Hoy en día, solo un tercio de las organizaciones cuentan con una visión común con respecto a las prioridades digitales, mientras que la mitad reconoce que existe cierto conflicto con otras cuestiones y una de cada diez declara que tienen objetivos claramente contradictorios. Por otro lado, dos de cada cinco organizaciones reconocen que su estrategia digital actual resulta confusa y poco clara.

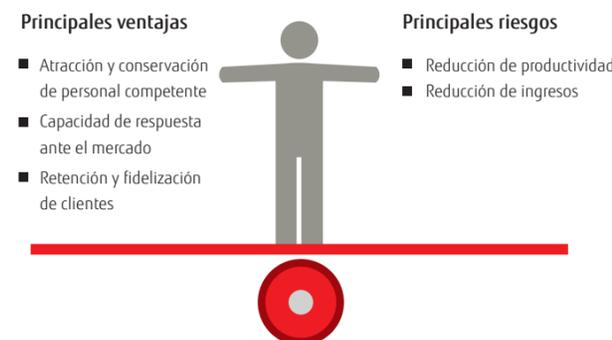
Dada la incertidumbre que presenta el futuro, parece que algunas organizaciones han pegado un frenazo en su proceso de digitalización.

Uno de cada seis encuestados no muestra ningún interés por acelerar la adopción digital, un tercio piensan que sus organizaciones ya invierten demasiado tiempo y dinero en proyectos digitales y uno de cada cuatro consideran la falta de compromiso por parte de la dirección con respecto a las iniciativas digitales como el principal obstáculo para desarrollar con éxito los proyectos.

Pese a que esta indecisión resulta comprensible en cierto modo, ninguna organización puede permitirse quedarse de brazos cruzados mientras el resto avanza rápidamente en su camino hacia un futuro hiperconectado. Los objetivos digitales están impulsados fundamentalmente por fuerzas que no recaen bajo el control de las organizaciones, siendo tanto los clientes (20 %) como los empleados (18 %) los principales elementos impulsores, en opinión de los responsables de TI. La digitalización no puede detenerse, por lo que, sencillamente, no se puede seguir trabajando como hasta ahora.

Afortunadamente, la mayoría de los responsables de TI sí que advierten los peligros que conlleva el hecho de no digitalizarse con la suficiente rapidez, como son una reducción de la productividad (40 %) y de los ingresos (38 %), la incapacidad de atraer y conservar personal competente (38 %), un aumento de los costes (37 %) e incluso el fracaso empresarial (20 %). La presión que existe en cuanto a la implantación de medidas orientadas hacia la transformación digital es evidente, según nos comentó un director ejecutivo: **“El riesgo que supone invertir en tecnologías inadecuadas es menor que el que conlleva quedarse parado y dejar que nos adelante la competencia.”**

Superar la desconexión digital



Los peligros de ir por delante

Si las organizaciones se enfrentan a importantes riesgos por no digitalizarse, ¿deberían entonces acelerar este proceso? Realmente existe un interés: tres cuartas partes de las organizaciones desean acelerar su proceso de digitalización, motivadas por el claro papel que desempeña para el crecimiento y el éxito empresarial.

Sin embargo, acelerar el proceso de digitalización entraña sus propios peligros. Al avanzar con mayor rapidez, las empresas tienden a limitar sus opciones, destinando menos tiempo a la planificación estratégica, las contrataciones esenciales y la implantación de los controles de seguridad adecuados.

Los resultados de nuestro estudio lo confirman: uno de cada cuatro responsables de TI señaló la escasez de tiempo y de recursos como el principal obstáculo para el éxito de la digitalización, junto a otras causas como una priorización inadecuada de los proyectos digitales (31 %), la falta de capacidades adecuadas (31 %) y cuestiones de seguridad (27 %).

Al acelerar la digitalización, los responsables de TI se ven obligados a tomar rápidamente decisiones muy difíciles sobre el futuro de sus organizaciones, enfrentándose a unas prioridades contradictorias, sin contar con las capacidades necesarias y sin saber cuáles serán las consecuencias. Al final, esta situación resultará más perjudicial que beneficiosa.

No se trata de un problema tecnológico

Para tomar las decisiones adecuadas y avanzar correctamente en el camino digital, las organizaciones necesitan contar con una clara estrategia y una firme dirección. Lamentablemente, hoy en día, la realidad es otra. Las organizaciones no solo se enfrentan a unas prioridades digitales muy dispares, sino que además sus objetivos se ven impulsados por numerosas partes interesadas y no existe ningún acuerdo sobre quién debería asumir el control.

Elementos impulsores de la transformación digital



Para los directivos de las empresas, los objetivos digitales no suelen estar impulsados por el consejo de administración (18 %) ni por el director ejecutivo (16 %). De hecho, obtuvimos una amplia variedad de respuestas, siendo el departamento de TI o el CIO las dos opciones más destacadas (23 %). Esto sugiere que la digitalización se considera un desafío tecnológico, en lugar de un desafío empresarial. Del mismo modo, en la mitad de las organizaciones, la gestión de los proyectos digitales recae sobre el departamento de TI.

“Es importante separar la clara estrategia del día a día del proceso de digitalización empresarial global. No obstante, las estrategias deberán situarse a un nivel intermedio para poder unir ambos aspectos en el futuro, de tal forma que exista una sinergia entre ellos.” – Un director ejecutivo español del sector financiero.

Esto significa que los mismos empleados responsables de las operaciones de TIC cotidianas también deberán supervisar la implantación estratégica de los proyectos digitales. Solo en un 15 % de las organizaciones existe un equipo independiente creado específicamente para gestionar los procesos digitales que se encarga de dirigir las iniciativas.

Este enfoque tecnológico con poca visión de futuro podría explicar el motivo por el cual los objetivos de la digitalización suelen centrarse en procedimientos ya existentes, siendo la optimización de procesos (49 %) y la eficacia operativa (46 %) las máximas prioridades. Descubrimos que cuanto mayor es la visión de futuro, menor prioridad se concede a las aplicaciones estratégicas de digitalización, como la gestión de los datos y la información (22 %) o la innovación o nuevas iniciativas empresariales (18 %).

Este enfoque que presenta la digitalización como un desafío tecnológico también se extiende a los presupuestos. En dos terceras partes de las organizaciones (69 %), el presupuesto de TI se divide entre la innovación digital y las operaciones cotidianas. Solo en un 27 % de las organizaciones se ha establecido un presupuesto aparte para respaldar la digitalización. Actualmente, casi la mitad de las organizaciones (47 %) consideran que no han encontrado un buen equilibrio entre los proyectos de TI tradicionales y los digitales en cuanto al tiempo y dinero invertidos, pese al hecho de que el 56 % favorece la inversión en innovación digital.



La necesidad de encontrar un equilibrio

Una vorágine de elementos impulsores, prioridades e intereses contradictorios ha mermado la confianza de los responsables de TI de hoy en día. Solo una cuarta parte de los encuestados afirman que se sienten plenamente seguros a la hora de asesorar a sus empresas sobre las decisiones correctas, mientras que tres de cada cinco reconocen que les resulta complicado tomar las decisiones adecuadas con respecto a la adopción digital. De hecho, para la mayoría, con la digitalización uno se la juega; casi tres cuartas partes de los encuestados consideran que el éxito de los proyectos digitales es una cuestión de suerte.

Los responsables de TI se están percatando de la necesidad de establecer un nuevo camino hacia la digitalización: una nueva vía que ante todo considere esta transformación como un desafío empresarial e implemente la estrategia adecuada para garantizar que el proceso se lleve a cabo a un ritmo manejable. Uno de los encuestados afirmó: **“Estamos introduciendo la digitalización a un ritmo constante para que el cambio resulte más sencillo y todos, incluidos los clientes y los empleados, tengan tiempo para adaptarse.”**

Dos terceras partes de los encuestados afirmaron que les convendría contar con un enfoque más equilibrado hacia la adopción digital que combinara de forma efectiva las nuevas tecnologías con las soluciones ya existentes. Esto también eliminaría el principal obstáculo que impide tomar decisiones con seguridad: la capacidad de integrar las nuevas soluciones con la infraestructura ya existente, algo que destacaron casi un tercio de los responsables de TI.

No obstante, para avanzar con total confianza, los responsables de TI también necesitan contar con los socios adecuados. Además de disponer de las capacidades esenciales, más de una cuarta parte consideran que encontrar al socio tecnológico adecuado resulta fundamental para tomar decisiones con seguridad.

Un socio con experiencia podrá estructurar la transformación digital de una organización como parte de una estrategia integral y fundamentada, además de ofrecer acceso a unas capacidades y unos conocimientos exclusivos que permitirán integrar las nuevas soluciones con los sistemas ya existentes.

En definitiva, para que las organizaciones y los responsables de TI puedan caminar por la cuerda floja de la digitalización con confianza, resulta esencial que cuenten con el apoyo adecuado.

Trazar el futuro digital de Europa

Según el Foro Económico Mundial, las economías europeas dirigen al continente en la carrera hacia la digitalización. Encuestamos a varios países europeos (Suecia, Alemania, Reino Unido y España) para comprobar sus diferentes visiones.

España

España es el país que más confianza muestra de cara a la digitalización, ya que un 39 % de las organizaciones consideran que gozan de una enorme madurez digital, el 40 % opinan que superan a sus competidores en cuanto a tecnología digital y un 68 % de los responsables de TI afirman que sus empresas cuentan con el enfoque adecuado hacia la adopción digital.

Las organizaciones españolas también se muestran sumamente interesadas en adoptar un futuro digital, con un 90 % deseosas de acelerar el proceso. Las prioridades de financiación reflejan claramente la importancia que se concede a los objetivos digitales, ya que dos tercios partes de las organizaciones destinan una gran parte del presupuesto a la innovación digital y muy poco a las operaciones de TI cotidianas, una diferencia mucho más marcada que en el resto de países encuestados.

El coste es sin duda el principal elemento impulsor para la digitalización, siendo la mayor preocupación para los responsables de TI la posible pérdida de ingresos (47 %) y el posible aumento de costes (43 %) debido a una digitalización demasiado lenta. Este enfoque centrado en los beneficios podría ser el motivo por el cual el porcentaje de organizaciones españolas en las que existe una visión común con respecto a las prioridades digitales (57 %) es mayor que en el resto de los países encuestados.

No obstante, el deseo de digitalizarse apenas deja tiempo para pensar a largo plazo: el 25 % de los responsables de TI reconocen que la estrategia digital de su organización resulta confusa y poco clara, tres de cada cuatro consideran el éxito de los proyectos digitales una cuestión de suerte y el 42 % señala las cuestiones de seguridad como el principal obstáculo para la digitalización.

Esta confusión podría asociarse al hecho de que en las organizaciones españolas resulta más habitual que en las de ningún otro país que los departamentos de TI impulsen los objetivos digitales (29 %) y supervisen los proyectos (63 %), lo cual sugiere un enfoque rotundamente centrado en la tecnología. Paradójicamente, al conceder prioridad a una rápida obtención de ingresos y a una reducción de costes, las organizaciones españolas podrían estar perdiendo el potencial lucrativo que ofrece la innovación digital estratégica a largo plazo.

Alemania

Las empresas alemanas parecen estar triunfando con un enfoque metódico hacia la digitalización. A pesar de que su nivel de madurez digital es similar al de otros países, las organizaciones alemanas son las menos propensas a querer acelerar el proceso hacia la adopción digital, ya que un tercio (29 %) de los responsables de TI no muestran ningún interés por ello. Un director ejecutivo alemán resumió así el espíritu de esta época: **“La tendencia general va encaminada hacia la digitalización, por lo que debemos adaptarnos para seguir siendo competitivos.”**

En Alemania, también se muestran más positivos con respecto a los esfuerzos que están realizando en materia de digitalización: el 43 % de los responsables de TI creen firmemente que su organización cuenta con el enfoque adecuado hacia la adopción digital. Por otro lado, Alemania también destaca a la hora de encontrar el equilibrio adecuado entre los proyectos de TI tradicionales y los digitales, y tres de cada cinco organizaciones afirman que el tiempo y el dinero se están invirtiendo correctamente.

Alemania se centra fundamentalmente en el impacto competitivo de la digitalización. A diferencia del resto de Europa, los responsables de TI alemanes consideran que la principal ventaja de la digitalización es la retención y fidelización de clientes (48 %) y, para la mayoría de las organizaciones (60 %), la digitalización de la experiencia de los clientes también se sitúa entre las principales prioridades.

No obstante, existen desafíos. La digitalización en Alemania se enfrenta a una clara falta de capacidades y un 41 % de los responsables de TI lo consideran el principal obstáculo para alcanzar el éxito. Las organizaciones alemanas se están quedando atrás por culpa de la infraestructura y los procesos ya existentes, lo cual demuestra el inconveniente que supone haber sido pioneros en diversas tecnologías. Un tercio de los encuestados señaló la falta de visibilidad debido a los silos departamentales como el mayor obstáculo para tomar decisiones digitales con seguridad, un porcentaje mucho mayor que en ningún otro lugar de Europa. La capacidad de integrar las nuevas soluciones con la infraestructura ya existente se citó casi en la misma proporción (30 %), lo cual sugiere que las organizaciones alemanas necesitan impulsar la conectividad para poder aprovechar al máximo el potencial que ofrece la digitalización.

Reino Unido

En lo que respecta a la digitalización, el mensaje que parece transmitir el Reino Unido es „mantén la calma y sigue adelante” y es que sus organizaciones adoptan una visión más prudente que la de sus vecinos europeos: uno de cada tres encuestados no muestra interés por acelerar el proceso hacia la adopción digital, a la vez que se destina un menor presupuesto a los proyectos digitales.

Este enfoque precavido se refleja en el grado de confianza que muestra el Reino Unido de cara a la digitalización. Casi una quinta parte de los responsables de TI no se sienten seguros a la hora de asesorar a sus organizaciones sobre las decisiones digitales adecuadas, en comparación con el resultado promedio de uno de cada diez que refleja la encuesta. Esta reticencia podría deberse al conflicto que existe en torno a las prioridades digitales en el Reino Unido, donde solo un 16 % de las organizaciones cuentan con una visión común y un 21 % declaran tener unos objetivos claramente contradictorios.

No obstante, las organizaciones del Reino Unido están adoptando un enfoque estratégico de cara a la digitalización. Los directores ejecutivos impulsan los objetivos digitales en más de una cuarta parte (26 %) de las empresas y dos tercios (61 %) de los responsables de TI coinciden en que sus organizaciones cuentan con una clara estrategia digital, un porcentaje más alto que en ningún otro lugar. Tal y como comentó un director ejecutivo británico: **“Hemos pedido asesoramiento a expertos y estamos siguiendo sus recomendaciones. Se trata de un plan a largo plazo y creemos que hemos tomado el camino adecuado.”**

Tal vez debido a esta mentalidad estratégica, las organizaciones del Reino Unido conceden más importancia a la digitalización para la innovación empresarial que las de otros países, siendo una prioridad para el 34 %. Sin embargo, los proyectos digitales del Reino Unido son también a los que más suelen perjudicar las soluciones tecnológicas ya existentes, que dificultan la innovación (32 %) y afectan a la capacidad de red (29 %) según los responsables de TI.

Estos problemas de integración explican el motivo por el cual el hecho de no contar con un socio tecnológico adecuado se considera el mayor impedimento para tomar decisiones digitales con seguridad en el Reino Unido, tal y como afirmó uno de cada cuatro encuestados.

Un claro ejemplo de Fujitsu: servicio en las nubes

El aeropuerto de Gatwick, en el Reino Unido, es el de mayor tráfico del mundo. Aunque ya prestaba servicio a 40 millones de pasajeros al día, necesitaba ofrecer además una óptima experiencia a sus clientes. Fujitsu implementó una solución de comunicaciones unificada basada en la nube para conectar al personal que atiende al público en las terminales y en el resto del aeropuerto con el personal administrativo, que ahora reciben llamadas estratégicas o hacen que todo funcione a través de la voz, el vídeo y los datos.

“Somos conscientes de que la digitalización y los avances técnicos son sumamente importantes para nuestro negocio y todos estamos de acuerdo en que la inversión resulta esencial y es un proyecto continuo. Seguiremos invirtiendo año tras año.”

– Un director ejecutivo británico del sector de la fabricación.

Suecia

Las organizaciones suecas no han avanzado tanto en el camino hacia la digitalización como el resto de países europeos, ya que solo un 24 % de los responsables de TI opinan que sus empresas gozan de una enorme madurez digital y dos tercios partes (66 %) consideran que están intentando ponerse al día en cuanto a la digitalización. No obstante, las empresas suecas están compensando esa pérdida de tiempo, ya que un 87 % están centradas en acelerar el proceso hacia la adopción digital.

Paradójicamente, los responsables de TI suecos son los que muestran una mayor seguridad en sí mismos con respecto al resto de países encuestados, ya que un 38 % afirman tener una total confianza a la hora de asesorar a sus organizaciones sobre las decisiones digitales adecuadas. La mitad (47 %) de las empresas suecas también cuentan con una visión común con respecto a las prioridades digitales, un porcentaje superior al de la mayoría de sus vecinos europeos. Tal y como nos comentó un directivo sueco: **“Es muy importante establecer las prioridades adecuadas para las plataformas digitales. Miramos hacia el futuro y nos planteamos qué necesitaremos dentro de cinco o diez años.”**

Este optimismo digital puede deberse al hecho de que empiezan desde cero. Tal y como mencionamos anteriormente, aunque las organizaciones suecas muestran actualmente una menor madurez digital, también han realizado menos inversiones en sus infraestructuras de TI. Esto explica el motivo por el que los responsables de TI no consideraron las tecnologías ya existentes (11 %) y la capacidad de red (8 %) como grandes obstáculos para alcanzar el éxito digital en comparación con el resto de países.

No obstante, es evidente que la aceleración de la digitalización ha tenido consecuencias. El 52 % de los responsables de TI piensan o creen firmemente que la estrategia digital de su organización resulta confusa y poco clara, el mayor porcentaje en Europa. Por otro lado, tres cuartas partes (75 %) consideran el éxito de los proyectos digitales una cuestión de suerte, el segundo porcentaje más elevado después del de España.

En general, las organizaciones suecas están preparadas para un cambio de táctica. El 72 % de los encuestados reconocieron que a sus empresas les convendría contar con un enfoque más equilibrado hacia la adopción digital, el mayor porcentaje entre los países encuestados.

Adoptar la economía digital

Todos los sectores se enfrentan a la transformación digital en un mercado actual siempre activo, en tiempo real y con mucha información. Fujitsu realizó una encuesta en los cuatro sectores más importantes (finanzas, fabricación y servicios públicos, comercio minorista y sector público) para comprobar sus diferentes enfoques en cuanto a la digitalización y su éxito.

Sector financiero

El sector financiero se está enfrentando a un gran cambio a medida que los nuevos y ágiles competidores que van entrando en el mercado aprovechan el actual mundo hiperconectado para ofrecer innovadores servicios como monederos digitales, préstamos entre particulares y pagos móviles.

Con un 95 % de las organizaciones que se consideran „bastante” o „sumamente” maduras en cuanto a la digitalización, el sector financiero se muestra seguro en su posición actual. Pero no se queda quieto: tres cuartas partes de las organizaciones desean acelerar su proceso hacia la adopción digital.

La capacidad de respuesta ante el mercado se considera la principal ventaja de la digitalización, una opinión que recalca el 43 % de los responsables de TI. Esto sugiere que cada vez resulta más importante reaccionar con rapidez ante las necesidades de los clientes, la dura competencia y otras fuerzas del mercado. Un director ejecutivo comentó que los elementos impulsores clave de la digitalización eran **“las demandas de los clientes, las limitaciones y los precios. La gente quiere más por menos”**.

Para los responsables de TI, la eficacia operativa (48 %) y la experiencia y fidelización de los clientes (45 %) constituyen los objetivos estratégicos más importantes para los proyectos de digitalización. No obstante, resulta interesante el hecho de que el sector financiero normalmente no está aprovechando el potencial de los datos de sus clientes como base para establecer sus estrategias comerciales, ya que solo un 30 % de las organizaciones da prioridad a la gestión de los datos y la información.

Dado que este sector es también un blanco importante para los delitos cibernéticos, cabría esperar que la seguridad se considerase uno de los principales obstáculos para el éxito de los proyectos digitales; sin embargo, este factor solo fue citado por una minoría (19 %) de los responsables de TI, un porcentaje inferior al de cualquier otro sector. Esto podría deberse, en parte, a que las empresas cuentan con las capacidades adecuadas; un director ejecutivo de servicios financieros nos comentó que su organización **“se está asegurando de contar con las capacidades adecuadas realizando un análisis de deficiencias”**.

“Todos los sectores se están adaptando a la era digital, al igual que todas las partes interesadas. Si no lo haces, como empresa, corres el riesgo de quedarte atrás, con todo lo que ello implica para tus clientes, competidores y proveedores.” – Un director ejecutivo español del sector financiero.

En definitiva, los responsables de TI de este sector muestran un alto nivel de confianza con respecto a la digitalización, ya que un 30 % creen firmemente que sus organizaciones cuentan con el enfoque adecuado hacia la adopción digital y un 84 % afirman que se ha establecido una clara estrategia digital. De los cuatro sectores en los que realizamos nuestra encuesta, el sector financiero es también el que cuenta con una mayor visión común con respecto a las prioridades digitales, ya que un 40 % de los encuestados citó objetivos comunes.

Fabricación y servicios públicos

El tradicional sector de la fabricación y los servicios públicos se está convirtiendo cada vez más en un sector basado en la información, donde se están obteniendo datos a partir de equipos, productos y servicios para impulsar la productividad, reducir costes y mejorar la calidad.

Como era de esperar de un sector experto en tecnología, el 98 % de las empresas de fabricación y de servicios públicos muestran „bastante” o una „enorme” madurez digital. En este sector también existe el máximo interés por acelerar el proceso hacia la adopción digital, algo que respaldan cuatro de cada cinco (80 %) organizaciones. Tal y como comentó un director ejecutivo: **“Somos muy competitivos y nos centramos mucho en el cliente; cuanto más moderna sea la tecnología de una empresa, mayores posibilidades tendrá de triunfar.”**

Dos terceras partes (66 %) de las empresas de fabricación y de servicios públicos consideran que se encuentran al mismo nivel que sus competidores en cuanto a madurez digital, más que ningún otro sector, lo cual sugiere que existe una enorme competencia para mantenerse al frente en la carrera digital.

Naturalmente, la competitividad al final se reduce a una sola cosa: los clientes. Más de la mitad (54 %) de las organizaciones de este sector consideran como principal prioridad de la digitalización mejorar la experiencia de los clientes y aumentar su fidelidad, y el 46 % de los responsables de TI también señalan la retención y fidelización de clientes como su principal ventaja.

A pesar de este entorno competitivo, el nivel de confianza que muestra este sector con respecto a la digitalización es muy alto. El 95 % de los responsables de TI se sienten „bastante” o „sumamente” seguros a la hora de asesorar a sus empresas sobre las decisiones digitales adecuadas.

Esto podría deberse al hecho de que las empresas de fabricación y de servicios públicos están acostumbradas desde hace mucho tiempo a mantenerse al día con respecto a las últimas tecnologías.

Actualmente, para un tercio (36 %) de las organizaciones, el mayor desafío para tomar decisiones digitales con seguridad es la capacidad de integrar de forma eficaz las nuevas soluciones con la infraestructura ya existente. Hoy en día, la mitad de los responsables de TI consideran que a sus organizaciones les convendría contar con un enfoque más equilibrado hacia la adopción digital que combinara las nuevas tecnologías con las soluciones actuales.

Un claro ejemplo de Fujitsu: confianza en la seguridad

Banco Bradesco, con sede en Sao Paulo (Brasil), cuenta con 60 millones de clientes. Actualmente, gestiona más de 48 millones de cajeros automáticos, 90 millones de tarjetas de crédito y 48 millones de tarjetas de débito. Para evitar posibles fraudes, proteger a sus clientes y mejorar el servicio del banco, implementamos la tecnología Fujitsu PalmSecure en sus cajeros automáticos. La tecnología utiliza la identificación biométrica y permite sacar dinero sin necesidad de validar una tarjeta.

Comercio minorista

Mucho tiempo después de que el auge del comercio electrónico transformara el sector del comercio minorista, las organizaciones se enfrentan ahora al desafío de atraer clientes fácilmente y mantener su fidelidad en una amplia variedad de dispositivos, canales y plataformas diferentes.

El comercio minorista está intentando ponerse al día en cuanto a la digitalización, más que ningún otro sector. Tres cuartas partes (79 %) de las organizaciones se muestran deseosas de agilizar el proceso hacia la adopción digital, mientras que un tercio (34 %) de los responsables de TI creen firmemente que sus empresas se están quedando atrás en la carrera digital. Tal y como nos comentó un director ejecutivo: **"La palabra de moda es 'multicanal', ya que es el cliente el que decide cuándo, dónde, cómo y qué canal de distribución se va a utilizar."**

Como era de esperar, los clientes son uno de los principales elementos impulsores para alcanzar los objetivos digitales del comercio minorista (21 %), por detrás de la influencia de los directivos de las empresas (25 %). Del mismo modo, la optimización de los procesos empresariales (58 %) y la experiencia de los clientes (42 %) se consideran los dos objetivos estratégicos más importantes para la digitalización. Uno de los directivos a los que preguntamos lo resumió de este modo: **"Nuestros clientes demandan velocidad y... comodidad, así que hemos tenido que madurar a nivel de digitalización."**

Pese al entusiasmo que existe por recuperar el terreno perdido, el sector del comercio minorista sigue dudando con respecto al camino adecuado que deben seguir. En este sector es donde existen menos probabilidades de contar con una visión común con respecto a las prioridades digitales, según el 31 % de los encuestados, mientras que una cuarta parte (25 %) de los responsables de TI también creen firmemente que resulta difícil saber cuáles son las decisiones adecuadas que hay que tomar con respecto a la adopción digital. Tal y como comentó un director ejecutivo del comercio minorista: **"Existe una estrategia, pero esta debería ser más clara. Avanzamos con las innovaciones que nos van llegando."**

El sector se ha resentido tras una serie de filtraciones de datos de clientes importantes que han tenido lugar durante los últimos años. La seguridad se considera ahora el principal obstáculo para la digitalización, lo cual hace reflexionar al 33 % de los responsables de TI, un porcentaje mayor que en ningún otro sector. Un director ejecutivo comentó: **"Tenemos miedo de los hackers; hay muchos en nuestro sector."**

En el comercio minorista también sufren la falta de capacidades digitales más que en ningún otro sector y el 28 % de los responsables de TI están totalmente convencidos de que sus organizaciones carecen de las capacidades adecuadas para desarrollar proyectos digitales con éxito. Dado que el 83 % de los responsables de TI piensan o creen firmemente que el éxito de los proyectos digitales es una cuestión de suerte, parece evidente que los comerciantes necesiten recurrir urgentemente a un asesoramiento externo.

Un claro ejemplo de Fujitsu: redefinición del comercio minorista

Auchan, el minorista internacional francés, cuenta con 330.000 empleados y más de 1.700 supermercados en toda Europa. Deseaba ofrecer una experiencia de compra más cómoda. Fujitsu le proporcionó tres soluciones basadas en la tecnología digital adaptadas a los nuevos entornos de compra de sus clientes: un quiosco interactivo autoservicio, un quiosco interactivo híbrido que se convertía en un servicio de caja completo y un escáner portátil que los clientes podían utilizar mientras hacían la compra.

Un claro ejemplo de Fujitsu: grandes ahorros

Emory Healthcare, con sede en Atlanta, Georgia, gestiona seis hospitales y cuenta con 10.000 empleados, de los cuales 1.800 son médicos. Fujitsu le proporcionó un espacio de trabajo virtual para ofrecer a los empleados un acceso ininterrumpido durante las 24 horas del día a sus sistemas sanitarios, en cualquier lugar donde lo necesitaran, ya fuera durante las visitas a pacientes, a través de dispositivos móviles o durante las labores administrativas.

Sector público

Los gobiernos están adoptando la digitalización para ahorrar costes y satisfacer a una nueva generación de ciudadanos que conceden una gran importancia a la tecnología digital y esperan poder acceder fácilmente a la información y los servicios online, a un bajo coste o de forma gratuita.

La digitalización en el sector público normalmente se ve impulsada por la presión del tiempo y de los costes; los gobiernos deberán buscar medios para ahorrar y considerar la digitalización como una herramienta fundamental para lograrlo. Para más de la mitad de las empresas (52 %), el aumento de la eficacia operativa tiene máxima prioridad entre sus objetivos digitales. Tal y como comentó un director ejecutivo del sector público: **"Para nosotros, resulta prioritario optimizar los procesos. Queremos que las cosas se realicen con mayor rapidez."**

No obstante, las organizaciones del sector público también son las que más se resisten a la adopción digital, ya que una cuarta parte (26 %) de los encuestados afirman no tener ningún interés por ello.

También existen grandes diferencias en cuanto al nivel de conocimientos y de madurez digital en las organizaciones del sector público. De todos los sectores en los que se realizó la encuesta, el sector público no solo reflejó el mayor número de organizaciones con una „enorme“ madurez digital (34 %), sino también el mayor número de las que „no mostraban demasiada madurez“ (10 %) y de las que „no tenían ninguna madurez en absoluto“ (3 %).

La confianza digital también se divide del mismo modo. Este sector cuenta con el mayor número de responsables de TI que se sienten sumamente seguros a la hora de asesorar a sus empresas sobre las decisiones digitales adecuadas (28 %), pero también con el mayor número de los que no se sienten nada seguros (15 %). Estos directivos consideran la falta de capacidades, ya sea a la hora de desarrollar (30 %) o de planificar los proyectos (28 %), como el principal obstáculo para tomar decisiones con seguridad.

En general, este sector parece carecer de una dirección digital. Pese al hecho de que las organizaciones del sector público son las que tienen mayores probabilidades de contar con un presupuesto aparte para financiar los proyectos digitales (30 %) y con equipos especialmente establecidos para supervisar la digitalización (19 %), aún así, una de cada cinco (20 %) se enfrentan a unas prioridades digitales contradictorias, un porcentaje mucho mayor que en ningún otro sector.



Conclusión

No se puede negar: tres cuartas partes de los responsables de TI reconocen que el éxito de los proyectos digitales es una cuestión de suerte.

Hemos visto los motivos: las prioridades contradictorias, la exigencia de mantener la infraestructura ya existente, la falta de unas capacidades y de unos socios tecnológicos adecuados y la imposibilidad de predecir las consecuencias.

Así pues, ¿cómo pueden las organizaciones afrontar la digitalización con una confianza renovada y, más importante aún, cómo pueden tomar las decisiones adecuadas? Esta es la recomendación de Fujitsu:

“El éxito no es una cuestión de suerte. Es el resultado de sentar las bases para llevar a cabo unas prácticas eficaces y esforzarse para preparar el terreno de cara a la evolución.”
– Un director ejecutivo español del sector del comercio minorista.

Establecer unas sólidas asociaciones en el mercado y adoptar un enfoque hacia la transformación más equilibrado y a un ritmo adecuado ayuda, naturalmente, pero hace falta algo más. Para poder triunfar realmente, las organizaciones deberán conocer las características del éxito digital.

En primer lugar, esto implica adoptar la conectividad, no tecnologías específicas. Al aprovechar el poder de la hiperconectividad, las organizaciones podrán hacer frente a la complejidad en lugar de que esta les limite y, a su vez, esto les permitirá centrarse en actividades diferenciadoras de alto valor mientras automatizan las tareas de bajo valor.

En segundo lugar, las organizaciones deberán centrarse en las ventajas empresariales que puede aportar la digitalización. Su competitividad podrá aumentar si conceden prioridad a la eliminación de silos y se centran en compartir la información entre todos los departamentos con mayor rapidez. Por ejemplo, deberán conectar los departamentos de I+D con los de producción y distribución para llevar al mercado los nuevos avances con mayor rapidez.

Finalmente, está la capacidad de innovación. La tecnología está transformando la innovación: no tiene por qué estar mejorándola, pero sí que la está agilizando, abaratando y simplificando.

“Consideraría que se ha alcanzado el éxito digital cuando los clientes y los empleados puedan acceder a la información con total facilidad, al igual que todos los departamentos.”
– Un director ejecutivo británico del sector público.

Al aprovechar estas nuevas capacidades, se agilizarán los procesos. En la era de la transformación digital, la tecnología permite experimentar con nuevas ideas de un modo más rápido, económico y sencillo, gracias a las crecientes conexiones entre personas, datos y tecnologías que contribuyen a impulsar la innovación.

Al avanzar por el camino de la transformación digital con confianza, Fujitsu cree firmemente que las empresas europeas estarán capacitadas para ofrecer un nuevo valor comercial y social, enriquecer la vida de las personas y encaminarnos hacia un futuro más seguro, próspero y sostenible.

Un claro ejemplo de Fujitsu: gestión de la complejidad
Airbus, con sede en Toulouse, Francia, gestiona la línea de producción más compleja de cualquier empresa. El A380 cuenta con más de 4 millones de piezas de las cuales más de 2 millones deberán someterse a un control durante todo el ciclo de vida del aparato. La tecnología RFID de Fujitsu ha reducido las tareas de inventario, ha permitido un control de la línea de producción en tiempo real y ha facilitado el mantenimiento del avión.

Publicado por:

Fujitsu

Mies-van-der-Rohe-Straße 8, 80807 Múnich, Alemania

Copyright © Fujitsu Technology Solutions 2016

Todos los derechos reservados, incluidos los derechos de propiedad industrial. Entrega sujeta a disponibilidad; reservado el derecho a realizar modificaciones técnicas. No se asume ninguna responsabilidad ni garantía con respecto a la integridad, validez y precisión de las ilustraciones y los datos especificados. Las designaciones utilizadas pueden ser marcas comerciales y/o pueden estar protegidas por copyrights; el uso de estas designaciones por parte de terceros para sus propios fines podría infringir los derechos de sus respectivos propietarios.

www.fujitsu.com/fts