

Prensa Capgemini

[Paqui López/Ángeles García Molero](#)

Tel: +34(91)6577000

[Ana Curto](#)

Tel: +34(91)5637722

La presión de los competidores (72%) y clientes (70%) son los principales impulsores en la transformación digital de las empresas

Sólo un tercio de las grandes empresas está teniendo éxito en el uso de la tecnología digital para transformar su negocio

Un estudio a nivel mundial elaborado por Capgemini Consulting y el MIT Center for Digital Business analiza cómo las empresas se benefician de la transformación digital

Madrid, 14 de diciembre. – Capgemini Consulting, la unidad global de consultoría de negocio del Grupo Capgemini, en colaboración con el *MIT Center for Digital Business*, ha presentado los resultados de su primer estudio sobre “*transformación digital*”, que aborda el uso de las tecnologías digitales para mejorar el valor en los negocios. El estudio, “*Transformación digital: la hoja de ruta de las grandes organizaciones*” examina cómo la tecnología digital está cambiando la forma de operar de grandes corporaciones, y revela que sólo un tercio ellas tiene un programa de transformación digital efectivo. A pesar de la gran influencia de la tecnología digital en todos los procesos de las empresas, en sus modos de colaboración y en sus modelos de relación con clientes, la mayoría de las compañías continúan sin sacar partido a su potencial en este campo corriendo el riesgo de quedarse rezagadas.

Para la realización del estudio se han entrevistado a más de 157 altos ejecutivos en 15 países que trabajan en compañías globales. El estudio destaca el ritmo fluctuante en el que la transformación digital se está llevando a cabo y los distintos niveles en los que está teniendo éxito. Además, evalúa la madurez de las organizaciones en términos de transformación digital. Esta madurez se compone de dos dimensiones caracterizadas por el “qué” y el “cómo”. El “qué” comprende los elementos de transformación digital implementados por la organización, compuestos por sus inversiones específicas en la experiencia del cliente, los procesos operativos y la capacitación de los trabajadores. El “cómo” es la manera en la que la organización está impulsando la transformación, compuesta por aspectos como el modelo de gobierno, el compromiso con los equipos y los mecanismos de medición.

Según George Westerman, investigador de MIT y co-autor del informe, "*estos dos elementos son intrínsecos a la transformación digital. Las empresas que se encuentran en una fase madura pueden impulsar la transformación digital de gran alcance y generar un importante valor empresarial. Pocos han llegado a dominar la transformación digital en todas sus fases*".

Los que se encuentran en una fase madura de transformación digital comprenden muy bien el “qué” y el “cómo”. El estudio identifica cuatro niveles de madurez:

- ***Begginers Digitales***: Estas empresas están en fases iniciales en cuanto a capacidades digitales más avanzadas, aunque sí cuentan con capacidades más tradicionales, como Internet, correo electrónico o ERP. Si bien las empresas pueden estar en esta categoría por decisión propia, muchas no son conscientes de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías digitales o están empezando a invertir en ellas sin una gestión eficaz.
- ***Fashionistas Digitales***: Estas compañías han implementado herramientas digitales, algunas de las cuales puede estar creando valor, pero otras no. Estas empresas quieren potenciar el cambio digital, pero su estrategia no está basada en un conocimiento real sobre cómo proceder. Muchas de estas compañías creen que deben actuar con rapidez para satisfacer la demanda de capacidades digitales, pero no tienen una visión clara de cómo utilizar todas las capacidades e iniciativas digitales para crear más valor.
- ***Conservadores Digitales***: Estas compañías entienden que es necesaria tanto una visión digital unificada como una puesta en marcha eficaz para garantizar una óptima gestión de la inversión en este campo. Saben hacia dónde debe ir la empresa y cómo superar los retos digitales, pero no siempre pueden lograr el impulso de la organización para llevar a cabo un programa ambicioso. Su enfoque cauteloso puede hacer que pierdan valiosas oportunidades.
- ***Digirati***: Estas empresas sí entienden cómo sacar partido de la transformación digital. Combinan una visión compartida sobre su transformación con una gestión prudente y el compromiso de invertir para su logro. Han desarrollado una cultura digital que puede afrontar cambios mayores y además tiene la capacidad de implementarlos para conseguir una ventaja competitiva.

Andrew McAfee, miembro de MIT y co-autor del informe opina que "*a pesar de la implantación de nuevas e innovadoras tecnologías como los social media o los móviles, la mayoría de empresas todavía tienen un largo camino por recorrer en su viaje hacia la transformación digital. Ya usen la*

tecnología más innovadora o la más tradicional, la clave para la transformación digital está en cambiar la forma en la que la compañía opera, lo que supone un reto tanto en la gestión como para los propios trabajadores y para la tecnología".

El estudio destaca los factores externos que están impulsando la transformación digital. La presión de los competidores (72%) y clientes (70%) son los principales impulsores del cambio, esforzándose por encontrar nuevas formas de lograr ventajas competitivas y satisfacer las expectativas de los clientes. También se destacan como principales barreras internas: la falta de habilidades (77%), los aspectos culturales (55%), y la tecnología ineficiente (50%).

Fernando Rodríguez Peralta, Managing Director de Capgemini Consulting España, asegura que *“la tecnología digital tiene el potencial de mejorar radicalmente el rendimiento de las empresas aunque tiene que lograrse a través del cambio organizacional y la implantación rigurosa de nuevas tecnologías. Lo que este estudio nos ha mostrado es que mientras muchos están convencidos de las posibilidades de las prácticas digitales, el éxito sólo vendrá a través de una visión estratégica y un programa coherente de transformación a su alrededor. ”*

Sobre el estudio

Conjuntamente con el *MIT Center for Digital Business*, Capgemini Consulting está realizando un estudio sobre la transformación digital basado en entrevistas con altos ejecutivos de empresas líderes en todo el mundo. Las conclusiones descritas aquí son de la primera fase de esta investigación, con 157 altos ejecutivos entrevistados en 50 compañías de 15 países. Estas empresas son grandes compañías con más de mil millones en ventas anuales.

Aproximadamente la mitad de los entrevistados eran altos ejecutivos, como directores, gerentes y directores de operaciones y la otra mitad eran directores de TI y líderes en tecnología. Las entrevistas abarcaron un amplio abanico tanto geográfico como sectorial, con participantes de Europa, EE.UU. y Canadá y Asia-Pacífico y sectores como Sector Público, Farmacéutico, Transporte, Fabricación, *Retail*, Energía y *Utilities*, Servicios Financieros, Telecomunicaciones y Media. Este estudio es la culminación del primer año de la colaboración y el análisis continuará en 2012 y 2013.

Acerca de Capgemini Consulting

Con 3600 consultores, es la unidad global de Management Consulting del Grupo Capgemini, especializada en el asesoramiento a organizaciones y empresas para facilitar la transformación de sus actividades y con especial énfasis en la obtención de resultados sostenibles.

Para más información: www.capgemini-consulting.com

Acerca de Capgemini

Con más de 115.000 empleados en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini ha alcanzado unos ingresos globales de 8.700 millones de euros en 2010. Capgemini en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que conducen a alcanzar los resultados deseados. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la Collaborative Business Experience TM, basada en su modelo de producción Rightshore [®].

Rightshore[®] es una marca registrada perteneciente al Grupo Capgemini

Sobre el MIT Center for Digital Business

Fundado en 1999, el Centro MIT para el negocio digital (<http://digital.mit.edu>) se une a empresas líderes para entender el valor que la tecnología digital puede aportar a los negocios. Cuentan con el apoyo de patrocinadores corporativos con los que trabajan en un intercambio dinámico de ideas, análisis y reflexión destinado a resolver problemas reales. El Centro ha financiado más de 50 facultades y realiza más de 75 proyectos de investigación centrados en la comprensión de los impactos de la tecnología en los negocios y en el desarrollo de herramientas para que sus patrocinadores puedan obtener ventajas competitivas.