

**Contacto con medios:**

*Pablo. S. Bou Guirola*

*Tel: +52 55 5980 3665*

*Celular: (044) (55) 35236064*

*E Mail:* [*Pablo.bou@pprww.com*](mailto:Pablo.bou@pprww.com)

**Solo 1 de cada 7 empresas ha logrado ampliar el alcance de la digitalización de su cadena de suministro exitosamente: Capgemini**

*Las grandes organizaciones realizan un promedio de 29 iniciativas diferentes para digitalizar su cadena de suministro, pero el 86% falla al intentar escalar cualquiera de ellas, debido a una falta de enfoque.*

**Un estudio del Capgemini Research Institute** [**"El eslabón perdido de la cadena de suministro digital: El Enfoque"**](https://www.capgemini.com/mx-es/investigacion/el-eslabon-perdido-de-la-cadena-de-suministro-digital-el-enfoque/)**, ha identificado una clara brecha de las expectativas que la digitalización de la cadena de suministro puede ofrecer, contra la realidad de lo que las empresas están logrando. Mientras exactamente la mitad de las organizaciones encuestadas considera la digitalización de su cadena de suministro como una de sus primeras tres prioridades corporativas, la mayoría está luchando para tener proyectos más allá de la etapa de pruebas (86%).**

# Ahorro en costos y nuevas oportunidades en ganancias son las mayores metas para la digitalización de la cadena de suministro.

Más de tres cuartos (77%) de las compañías dijeron que sus inversiones fueron impulsadas por el deseo de ahorrar en costos, incrementando las ganancias (56%) y es frecuentemente mencionado el apoyar a nuevos modelos de negocio (53%). Organizaciones, especialmente en el Reino Unido (58%), Italia (56%), Los países bajos (54%) y Alemania (53%) tienen la digitalización de la cadena de suministro como una de sus principales prioridades.

El gran entusiasmo por centrarse en las iniciativas de la cadena de suministro digital puede explicarse por la perspectiva del retorno de la inversión (ROI) que ofrecen. La investigación encuentra que el ROI en la automatización de la cadena de suministro y las adquisiciones promedió 18%[[1]](#footnote-1) en comparación con el 15% para iniciativas en Recursos Humanos, 14% en Tecnología de la Información, 13% en Servicio al Cliente y 12% en Finanzas y Contabilidad, y también en Investigación y Desarrollo. Según el informe, el período de recuperación promedio para la automatización de la cadena de suministro es de solo doce meses.

# La mayoría de las organizaciones han extendido sus inversiones muy poco y están luchando para escalar sus iniciativas piloto

Las organizaciones encuestadas tienen un promedio de 29 proyectos de cadena de suministro digital en etapa de planeación, prueba de concepto o piloto. Solo el 14% ha logrado escalar incluso una de sus iniciativas a una implementación a gran escala o en múltiples sitios. Sin embargo, para aquellos que han alcanzado la implementación, el 94% informa que estos esfuerzos han llevado directamente a un aumento en los ingresos.

La evidencia de aquellos que se han movido hacia la implementación sugiere que las compañías se están demorando mucho, y no se están enfocando lo suficiente en las prioridades estratégicas. Las organizaciones que escalaron iniciativas con éxito tuvieron un promedio de 6 proyectos en la etapa de prueba de concepto, mientras que los que no lograron escalar promediaron 11 proyectos.

También hubo una clara distinción en el procedimiento y la metodología entre las organizaciones que habían, y las que no, implementado iniciativas de cadena de suministro digital a gran escala. La gran mayoría de las empresas que han escalado con éxito, dijeron que tenían un procedimiento claro para evaluar los proyectos piloto (87% frente al 24%) y contaban con pautas claras para priorizar aquellos proyectos que necesitaban inversión (75% frente al 36%).

Dharmendra Patwardhan, Jefe de la Práctica de la Cadena de Suministro Digital para Servicios Comerciales en Capgemini, agregó: *“Si bien la mayoría de las grandes organizaciones comprenden claramente la importancia de la digitalización de la cadena de suministro, pocas parecen haber implementado los mecanismos y procedimientos necesarios para convertirla en realidad. Por lo general, las empresas están ejecutando demasiados proyectos, sin infraestructura suficiente, y carecen del tipo de enfoque centrado a largo plazo que ha brindado éxito a los líderes del mercado en esta área. La digitalización de la cadena de suministro solo se logrará mediante la racionalización de las inversiones actuales, avanzando en aquellas que se pueden demostrar para impulsar los rendimientos e involucrando a los proveedores y distribuidores en el proceso de cambio".*

# Pasos para desbloquear el valor en la transformación de la cadena de suministro.

Además de aprender de las organizaciones que han escalado con éxito las iniciativas de la cadena de suministro, el informe recomienda que las empresas que buscan progresar se centren en tres áreas clave:

**Defender y alinear.** Garantizar que los esfuerzos de transformación estén impulsados por la alta gerencia. La digitalización de la cadena de suministro es un proceso complejo que se extiende a la planificación, adquisiciones, TI y recursos humanos, y como tal, no puede ser liderado por ninguna unidad de negocios y debe impulsarse desde la cima para tener éxito. La dirección debe abogar por esta transformación y brindar un enfoque estratégico en los objetivos y en qué priorizar. La digitalización de la cadena de suministro es integral para lograr los objetivos comerciales y también debe estar alineada con esfuerzos más amplios, por ejemplo, para aumentar la transparencia y mejorar la satisfacción del cliente, por lo que no se considera únicamente como un ejercicio de reducción de costos.

**Construir.** Para que la digitalización de la cadena de suministro tenga éxito, los socios ascendentes y descendentes (proveedores y distribuidores) deben ser incorporados y formar parte de los esfuerzos de digitalización. Romper los silos entre las diversas funciones de la cadena de suministro, así como los equipos de tecnología, también es fundamental para el éxito de las iniciativas de la cadena de suministro.

**Habilitar.** Mientras que lo anterior ayuda a iniciar la digitalización, para mantenerla, las organizaciones también deben invertir en áreas clave para desarrollar una mentalidad centrada en el cliente y desarrollar una base de talento. Necesitan diseñar enfoques para atraer, retener y mejorar la capacidad de sus empleados.

Al comentar sobre este enfoque, Rob Burnett, CIO Global de Cadena de Suministro e Ingeniería en GE Transportation, dijo*: “La participación de la gerencia es una parte importante de la identificación e inversión en los proyectos de la cadena de suministro digital que realmente pueden impulsar la mejora. En lugar de ser un centro de costos, la cadena de suministro puede ser una fuente de innovación y eficiencia para toda la organización, pero es importante mantener un enfoque nítido en los proyectos prioritarios. Debería haber una apreciación más amplia de que menos, es más. "*

# La automatización de procesos robóticos (RPA) y la Internet de las cosas (IOT) representan varios casos de uso viables

En términos de casos de uso específicos, el informe de Capgemini revisa los 25 casos de uso más populares para la digitalización de la cadena de suministro en la actualidad, analizando cada uno en términos de lo fácil que es implementar y los beneficios obtenidos, para producir los mejores casos de uso recomendados que pueden convertirse en beneficios estratégicos. De estos, RPA e IOT se presentan con mayor frecuencia, en casos de uso como el procesamiento de pedidos, sensores inteligentes para monitorear las condiciones del producto y para actualizar y mantener los productos conectados. Sobre la base de ejemplos prácticos de la cadena de suministro de hoy, se ha demostrado que estos casos de uso ahorran tiempo y dinero en los procesos de la cadena de suministro.

Descargue [aquí](https://www.capgemini.com/mx-es/investigacion/el-eslabon-perdido-de-la-cadena-de-suministro-digital-el-enfoque/) una copia del reporte.

# Metodología de investigación

El Instituto de Investigación Capgemini encuestó a ejecutivos de cadena de suministro de 1001 organizaciones en las industrias de productos de consumo, minoristas y manufactura, acerca de sus iniciativas de cadena de suministro digital existentes. El ochenta por ciento de estas organizaciones reportó ingresos de más de US $ 1.000 millones en el año fiscal 2017. Esta encuesta se realizó de abril a mayo de 2018. El equipo también realizó entrevistas con ejecutivos de alto nivel de la cadena de suministro.

# Acerca de Capgemini

Líder global en consultoría, servicios de tecnología, y transformación digital, Capgemini está a la cabeza de la innovación para enfrentar las oportunidades de nuestros clientes en el cambiante mundo de la nube, digital y plataformas. Basándose en su sólida herencia de 50 años y profunda experiencia específica de las industrias, Capgemini habilita a las organizaciones a alcanzar sus ambiciones de negocio a través de un conjunto de servicios que van desde la estrategia hasta las operaciones. Capgemini se impulsa por la convicción que el valor de negocio de la tecnología viene de y a través de las personas. Es una compañía multicultural con 200,000 miembros del equipo en más de 40 países. El Grupo reportó ingresos globales de 12,800 millones de Euros en 2017.

Visítanos en www.capgemini.com/mx-es. People matter, results count.

# Acerca de Capgemini Research Institute

Capgemini Research Institute es el grupo de expertos de Capgemini en todos los temas digitales. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en grandes empresas tradicionales. El equipo aprovecha la red global de expertos de Capgemini y trabaja de la mano de académicos y aliados tecnológicos. El instituto cuenta con centros de investigación dedicados en India, Reino Unido y Estados Unidos.

Visítanos en <https://www.capgemini.com/mx-es/capgemini-research-institute/>

1. Capgemini Research Institute, “[El eslabón perdido de la cadena de suministro digital: El Enfoque,”](https://www.capgemini.com/mx-es/investigacion/el-eslabon-perdido-de-la-cadena-de-suministro-digital-el-enfoque/) [↑](#footnote-ref-1)