

¿QUÉ TAN GRANDE ES LA AMENAZA DE DISRUPCIÓN DIGITAL?

**ENCUESTA EN LATINO
AMÉRICA**
JULIO 2019

PREPARADO POR

MARTIN MEISTER G.
MSC BOSTON UNIVERSITY, EEUU
martinmeister.cl
martinmeisterg@gmail.com

CLASE EJECUTIVA UC
PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CHILE
CHILE



INTRODUCCIÓN

LAS EMPRESAS VAN A TENER QUE REINVENTARSE CONSTANTEMENTE Y CLARAMENTE CAMBIAR

En la actual economía digital muchas organizaciones no van a sobrevivir simplemente por realizar algunos ajustes a las prácticas que les dieron éxito en el pasado. Sobre todo, las grandes corporaciones van a ser el blanco de la llamada “disrupción digital”, ya sea por su gran base de clientes, sus excedentes o muchas veces por su lejanía con los consumidores y clientes.

Para prosperar en este nuevo ecosistema digital, las empresas de todos los tamaños van a tener que constantemente reinventarse y claramente cambiar, ya sea su organización, incluido su modelo de negocios, personas, estructura, competencias críticas y cultura.

En resumidas cuentas, la relación exitosa con los clientes va a depender de las nuevas maneras en que interactuemos con ellos y aprendamos de sus necesidades. Es decir, nuevas relaciones digitales y toma de decisiones basadas en los datos, no solo en intuiciones.



ENCUESTA EN LATINOAMÉRICA

EL 41% DE LAS EMPRESAS EN LATINOAMÉRICA SE SIENTEN ALTAMENTE AMENAZADAS ¿QUÉ HACER ANTE LA NECESIDAD DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

Para saber qué tan grande es la amenaza de disrupción percibida, realizamos una encuesta(1) a profesionales de las más diversas industrias a nivel latinoamericano preguntando cuál es el impacto de la digitalización en su empresa y el porcentaje de sus ingresos que ellos piensan que podrían estar bajo esta amenaza en los próximos 5 años.

Por ejemplo, de la entrada de nuevos productos o servicios, de nuevos modelos de negocios, de nuevos competidores o cambios en los comportamientos de los clientes. Esta encuesta se basó en los estudios que han realizado Peter Weill y Stephanie Woerner(2) a lo largo de bastantes años.

LOS RESULTADOS

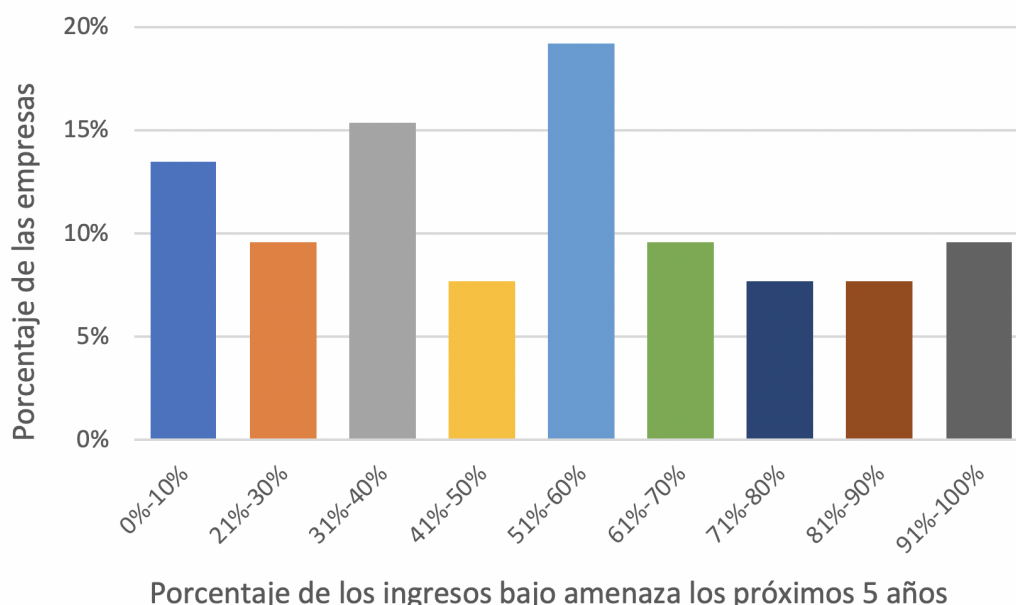
A la pregunta de qué tan amenazados digitalmente se ven, el 41% de los profesionales encontraron que el producto o servicio estrella de la empresa donde trabajan estaba en alto riesgo de ser disruptido digitalmente.

Si lo vemos a nivel de cargos, los altos ejecutivos tienen una percepción mucho mayor de riesgo, con un 57%, comparada con el 25% de los mandos medios que ve un alto riesgo. Claramente esto se debe a que los altos ejecutivos tienen más información del negocio y del mercado que los mandos medios.

Respecto del riesgo en los ingresos, el 46% de los encuestados cree que los ingresos producidos por su organización estarían bajo amenaza de disruptción digital en los próximos cinco años. Esto significa finalmente que, si no hacen nada, podrían perder hasta casi el 50% de sus ingresos.

Al igual que en el caso de la amenaza de disruptción, entre los altos ejecutivos y los mandos medios existe una gran brecha de percepción, los primeros creen que el 55% de los ingresos están en riesgo, versus un 37% de los mandos medios.

INGRESOS BAJO AMENAZA DE DISRUPCIÓN



AMENAZA INGRESOS POR SECTOR INDUSTRIAL

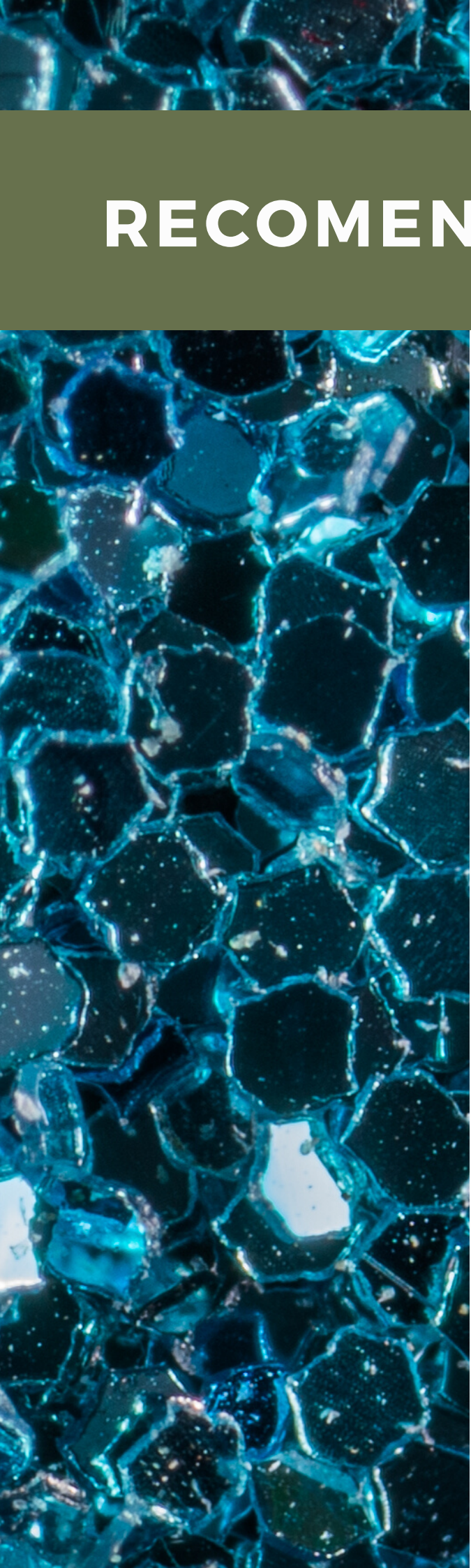
Tecnología, telecomunicaciones	75%
Bancos, seguros, servicios financieros	56%
Sector Salud	50%
Sector Servicios	41%
Minero, energético	40%
Retail, consumo masivo	36%
Ingeniería, manufactura, maquinaria	33%
Agrario, ganadero y pesca	30%
Hotelería, turismo, restaurantes	30%
Logística, transporte, almacenamiento	29%
Gobierno/ONG	21%
Construcción, infraestructura	20%
Otro	37%

Fuente: Encuesta realizada a 258 profesionales de Latam, 2019

Caso aparte son los sectores industriales. Las empresas de servicios financieros, de seguros, de retail, de tecnología y telecomunicaciones son las que más amenazados ven sus ingresos, con un poco más del 55%.

Por otro lado, las empresas pertenecientes a los sectores construcción, infraestructura minero y energético ven amenazados poco más de un tercio de sus ingresos los próximos 5 años, específicamente un 38%.

LOS ALTOS EJECUTIVOS TIENEN UNA PERCEPCIÓN MUCHO MAYOR DE RIESGO CON UN 57%, COMPARADA CON EL 25% DE LOS MANDOS MEDIOS.



RECOMENDACIONES

¿QUÉ HACER?

Ante estos números tan altos ¿qué pueden hacer las empresas? ¿cómo afrontar la disrupción? Un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Santiago de Chile y la consultora PMG(3) nos puede dar algunas luces.

Ellos elaboraron el índice de transformación digital que mide el nivel de madurez en la incorporación de prácticas de transformación digital en la empresa. Ellos encontraron 5 niveles de evolución: las organizaciones analógicas, las participantes, las intermedias, las avanzadas y finalmente, las líderes digitales.

De acuerdo con el índice de transformación digital, estas últimas —empresas líderes digitales— presentan una “brecha digital” de solo 14 puntos, de un máximo de 100, comparado con el promedio de las empresas encuestadas que llegan a una brecha de 78 puntos.



¿Qué tienen en común las empresas líderes digitales?

Que el 100% tiene alguna parte de sus procesos de preventa, venta y posventa digitalizado; que el 99% cuenta con un plan formal de transformación digital, tienen una persona o área responsable de los proyectos de digitalización o transformación digital, y que el 100% mide sistemáticamente la experiencia de sus clientes a través de indicadores.

Interesantes antecedentes que nos pueden dar una guía de cómo afrontar la amenaza de disrupción digital que actualmente están viviendo las empresas.

**INTERESANTES
ANTECEDENTES QUE NOS
PUEDEN DAR UNA GUÍA DE
CÓMO AFRONTAR LA
AMENAZA DE DISRUPCIÓN
DIGITAL QUE ACTUALMENTE
ESTÁN VIVIENDO LAS
EMPRESAS.**

REFERENCIAS

- (1) Encuesta realizada en julio de 2019, a través de la red social Facebook, a profesionales hombres y mujeres entre 25 y 48 años de diversos países de Latinoamérica. Fue contestada por 258 personas de las más amplias industrias.
- (2) Weill, P. & Woerner, S. "What's your digital business model?" Boston, US, Harvard Business School Publishing, 2018
- (3) CCS. "Transformación Digital: El gran desafío", 2019. Obtenido el 19 de julio de 2019 desde <https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2019/06/El-desafio-hacia-la-Transformaci%C3%B3n-Digital.pdf>



MARTIN MEISTER G.

MSC MARKETING MANAGEMENT

BOSTON UNIVERSITY, EEUU

martinmeister.cl

martinmeisterg@gmail.com

Master of Science in Marketing Management de Boston University, EEUU, e Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile. Especialista en modelos de transformación digital, planes de marketing digital y desarrollo de oportunidades de negocios a través del marketing estratégico.

Profesor adjunto de la Pontificia Universidad Católica de Chile, especialista en temas relacionados con la transformación digital, marketing digital, estratégico y operacional, dictados tanto en seminarios, talleres como en diplomados y en el Magister de Ingeniería Industrial de esta misma casa de estudios.

Ha ejercido diversos cargos ejecutivos dentro de las industrias de las telecomunicaciones, financiera y de educación continua, siempre en ámbitos altamente innovadores, cambiantes y disruptivos. Le tocó participar en la llegada de la televisión por cable a Chile, con las primeras transmisiones satelitales, y el uso de tecnologías experimentales para la transmisión conjunta de imagen, voz y datos. Posteriormente vivió el cambio abrupto desde el Internet conmutado a la innovadora banda ancha, con todas sus implicancias tecnológicas, logísticas y comerciales. Actualmente liderando el desarrollo integral de la educación online, a través de la iniciativa Clase Ejecutiva de la Pontificia Universidad Católica de Chile, ejerciendo el rol de Director Ejecutivo.

