



FABRICACIÓN GENERAL

Hallar la confianza para adoptar nuevas tecnologías digitales

Las cinco dudas más comunes de los directores financieros sobre tecnologías digitales

La transformación digital domina las noticias de fabricación actualmente. Los medios de comunicación van llenos de historias de transformación en todos los sectores, desde el transporte compartido en la industria de automoción, hasta la influencia de Amazon® en el sector minorista. Siempre que se arma un gran revuelo en torno a un tema, hay ideas erróneas que se cuelan inevitablemente en las conversaciones. Los directores financieros que deben presentar sus previsiones de ROI de las iniciativas digitales, no encuentran una respuesta fácil.

Para ser un primer adoptador hace falta tener visión y confianza. Las preocupaciones por componentes no probados pueden paralizar un proyecto y dejar a la organización en un aparente compás de espera perpetuo, mientras que el cauto director financiero espera una respuesta en firme. En un entorno actual que cambia tan rápidamente y con competencia agresiva, largos períodos de tiempo para aprobar proyectos digitales puede tener consecuencias mucho más graves. Fabricantes, contratistas y proveedores deben poder actuar con confianza, aprovechando aquellas oportunidades que incluso a primera vista puedan tener pocas probabilidades de éxito.

Identificar obstáculos y superar preocupaciones

Para maximizar el potencial de crecimiento de un fabricante en tiempos actuales, el director financiero debe adoptar tecnologías modernas y superar sus preocupaciones. Muchos estándares tradicionales de negocio, como la exigencia de un registro sólido de historial, tener en cuenta casos de estudio y la implementación de unas mejores prácticas bien definidas, han dejado de tener sentido. A veces, es necesario atreverse a dar un salto al vacío.

Para crear las condiciones necesarias, el director financiero debe llevar a cabo algunas investigaciones. A continuación, presentamos las cinco preocupaciones más comunes que se interponen en el camino de una toma de decisiones sensata. Además, encontrará una guía para distintos procesos que un fabricante centrado en el crecimiento puede utilizar para formular un plan de transformación digital efectivo.

1- Las tecnologías digitales son disruptivas, lo que provoca caos y confusión

La palabra «disruptivo» puede ser intimidante. También puede evocar imágenes de repercusiones negativas, desde procesos que se detienen, clientes de siempre que desaparecen y la confusión que se apodera del personal. Nada más lejos de la verdad. Mientras que muchas tecnologías digitales, como el Internet de las cosas (IoT), pueden traer consigo cambios revolucionarios, la línea de montaje de una planta no tiene porqué llegar a detenerse de forma repentina si incorpora procesos y componentes del IoT. Adoptar el IoT no significa tener que dejar sus clientes con pedidos por completar mientras la planta reorganiza o redefine su estrategia de cumplimiento.

Como la mayoría de los lanzamientos tecnológicos, las estrategias digitales pueden implementarse en un enfoque por fases, con plazos de incremento adecuados para formar al personal e introducir las nuevas ofertas al cliente. Usted fija el calendario y controla cuándo y cómo retira los procesos que ya no son necesarios.

En muchos casos, los cambios operacionales, como la manera de procesar pedidos o predecir la demanda, serán invisibles para el cliente. Sus capacidades ampliadas serán tan solo una parte de los muchos cambios que se convertirán en la nueva manera normal de hacer negocios. La principal disrupción de su negocio llega en forma de pensamiento renovado, innovaciones atrevidas y el derribo de antiguas barreras. Todos estos cambios son positivos y bienvenidos en las empresas que se centran en el futuro.

2. Las tecnologías digitales están hechas solo para empresas de gran tamaño con enormes presupuestos

Es verdad que muchas de las grandes historias de éxito forjadas a partir de la tendencia de transformación digital han surgido de grandes nombres con grandes presupuestos. Amazon, Apple®, Uber, Airbnb® y Netflix™ están entre aquellas empresas que han cambiado fundamentalmente la imagen de sus sectores respectivos y lo continúan haciendo con presupuestos importantes para financiar sus iniciativas.

Como pasa en todas las empresas, estas iniciativas empezaron como simples ideas. Los fabricantes que utilizan la tecnología digital no pertenecen a una categoría concreta, los hay de todos los tamaños. De hecho, empresas medianas o incluso jóvenes start-ups son especialmente adecuadas para el sector digital, puesto que pueden ser más ágiles y receptivas a los cambios en el mercado. Las grandes empresas a menudo tienen que superar la tendencia de moverse lentamente, viéndose obstaculizadas por capas de aprobaciones y tomas de decisiones metódicas.

La implementación de la nube, por ejemplo, es una tecnología que puede beneficiar empresas de cualquier tamaño. El modelo de suscripción, frente al modelo de una única gran inversión de capital, proporciona a las empresas, incluso a aquellas con un flujo de caja modesto, la capacidad de lanzar ofertas, ubicaciones y modelos de negocio nuevos, con una inversión mínima.

3. La digitalización va sobre máquinas, robótica y el IoT

No es necesario que un fabricante invierta en robots, drones o dispositivos de realidad aumentada para progresar en el área digital. Ser digital implica mucho más que aplicaciones de IoT de alto perfil, como una nevera que envía un correo electrónico cuando necesita cambiar el filtro o un coche que usa automáticamente el freno para evitar una colisión a alta velocidad.

Para muchas empresas, las estrategias digitales a menudo se centran en la visibilidad y la comunicación o el intercambio de datos. La inteligencia integrada en red y los proveedores conectados ofrecen importantes oportunidades hoy en día. Comunicarse con los clientes en tiempo real, colaborar en diseños o asociarse con conceptos innovadores son otras maneras de que disponen las empresas para adoptar conceptos digitales.

4. La digitalización no está probada, es altamente arriesgada y le deja expuesto a brechas en la seguridad

La digitalización de una gran empresa puede significar implementar diversas tácticas, docenas de soluciones de TI integradas, una variedad de herramientas online y una plataforma en la nube para al menos algunas de las soluciones. O puede ser una solución que proporcione las capacidades que necesita para cambiar las reglas de juego y revolucionar un sector, sin importar el tamaño de su empresa. Considere todas las opciones.

Debería evaluarse cada táctica individualmente para comprobar la eficacia de sus capacidades probadas y un retorno de la inversión planificado. Algunas de las nuevas tecnologías ya acumulan un amplio historial. Es posible que los casos de estudio sean limitados, pero esto es así por la sencilla razón que la tecnología cambia muy deprisa. Las empresas que sienten aversión por el riesgo pueden evitar estas tecnologías que aún están siendo probadas, pero al mismo tiempo, aprovechar aquellas aplicaciones que ya tienen un número razonable de primeros adoptadores.

Las nuevas ideas a menudo implican un cierto grado de riesgo, del mismo modo que si adopta el nefasto enfoque de no hacer nada. Muchos directores financieros prudentes ayudan a mitigar el riesgo creando empresas separadas, protegiendo el patrimonio de la empresa original en activos, capital e imagen. Otras empresas van a por todas, apostando por grandes ganancias. Ambas maneras de proceder tienen su mérito y el enfoque práctico parece ser que se encuentra en el término medio: limitar el riesgo, pero invertir lo suficiente como para dejar espacio al desarrollo de nuevas ideas.

Sin embargo, no deben menoscabarse los problemas de seguridad potenciales, en todos los aspectos del negocio actual, en empresas de todos los tamaños. Desde ataques de phishing y malware hasta hacer copias de seguridad de bases de datos y datos de cliente alojados en la nube, la seguridad es un tema importante que merece una atención especial. Cuando diseñe un plan digital, es beneficioso trabajar con un proveedor que tenga experiencia en las tecnologías relacionadas. Por ejemplo, una empresa especializada en servicios y seguridad en la nube acumulará más experiencia que una empresa intentando crear una estrategia de seguridad por su propia cuenta. Recorra a expertos.

5. Si aún no tenemos un plan digital, entonces ya es demasiado tarde

La presión de unirse al trayecto digital rápidamente para evitar convertirse en irrelevante es considerable. En las relaciones entre empresas (B2B) y en las relaciones entre empresas y consumidores (B2C), el comprador tiene grandes expectativas por el valor, facilidad por hacer negocios y una experiencia de compra positiva. Mantener el ritmo del mercado actual también significa gestionar el inventario, la fijación de precios y la precisión de pedidos. Pequeños pasos en falso que podían haberse tolerado en épocas anteriores, hoy en día se consideran fallos serios que pueden comportar la pérdida de clientes. Es importante impulsar la modernización y mejorar su infraestructura de TI. No es demasiado tarde. Pero la ventana de oportunidades se estrecha.

La disrupción digital no tiene porqué ser disruptiva

Esta evolución digital puede realizarse mediante procesos estratégicos y bien planificados, en proyectos pequeños diseñados específicamente para un ancho de banda y presupuesto de las pymes. También puede adoptar un enfoque por fases que divide el gran objetivo establecido en porciones más pequeñas totalmente manejables. Los beneficios de la fase uno pueden utilizarse para financiar la fase dos. Sus ganancias tempranas le darán impulso y obtendrán más apoyo a medida que vaya avanzando.

Así, pues, ¿qué tácticas específicas puede adoptar el fabricante?

- **Movilidad:** acceso remoto a datos, datos de cliente, procesos y socios colaboradores de cualquier sitio y en cualquier momento.
- **Visibilidad:** una visión completa de su empresa en su totalidad, productos, ofertas, servicios, planes financieros, proveedores y socios: todo en un único sistema.
- **Usabilidad:** informes simplificados, paneles de control y herramientas de colaboración que hacen que sea más fácil para los empleados trabajar siendo eficientes y productivos en diversos roles.
- **Agilidad:** la capacidad de producir respuestas a tiempo y proactivas frente a tendencias en desarrollo y oportunidades de mercado.

Las soluciones ERP modernas combinan estas capacidades en una única solución. Y con la implementación en la nube, conocida por su sencillez, puede tener una solución nueva funcionando en cuestión de semanas, frente a los años que eran necesarios para implementar un sistema tradicional en local.

Conclusiones finales

El revuelo a menudo alrededor de la digitalización puede generar malentendidos. Es posible que Usted esté inmerso en preocupaciones, sopesando si las tecnologías digitales son demasiado arriesgadas o fuera de alcance. Las cinco preocupaciones de este informe son tan solo algunos ejemplos de las dudas más comunes que pueden surgir al implementar estrategias digitales..

Trabajar con un proveedor de software experimentado puede ayudar tanto a un director financiero como a un fabricante a adoptar decisiones inteligentes sobre tecnología, priorizar inversiones y aumentar los niveles de confianza.

Ante todo, el director financiero debería prestar atención a la urgencia de adoptar conceptos digitales. Seguir confiando en tecnologías probadas y sistemas manuales hará que sea más difícil obtener el compromiso de sus clientes. Ignorar las tecnologías digitales porque considera que no están probadas y son de alto riesgo le impedirá desplegar todo su potencial.

Obtenga más información >



Infor construye en la nube software de gestión de negocios para industrias específicas. Con 17.000 empleados y más de 68.000 clientes en más de 170 países, el software de Infor está diseñado para el progreso. Para obtener más información, visite www.infor.com.

Síganos:   