

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ESTRATEGIA PARA EL NUEVO MUNDO

Vivimos tiempos de profunda transformación y la economía da cuenta de ello. Para hacer frente a este nuevo mundo, Ingeniería Industrial ofrece programas de postgrado, diplomados y cursos que apuntan al core de la digitalización. Entre ellos, el Magíster en Ingeniería de Negocios con TI, el Diplomado en Data Analytics dictado en conjunto con MIT y los cursos de Estrategia Digital y Data Mining - Aplicaciones en Marketing Digital.



De izq. a der: Lionel Olavarría, Tomás Gazmuri, Roberto Muñoz, Verónica Platoni, Álvaro Echeverría y Daniela Baytelman

¿Cómo vive la industria este proceso? Seis ex alumnos cuentan su experiencia digital.

Lionel Olavarría, VP Banco BCI Transformación disruptiva

Al actual Vicepresidente del Banco de Crédito e Inversiones (BCI), y su gerente general por 21 años, no le asusta la transformación digital. Recuerda que ya en segundo año de Ingeniería programaba en Argol, Assembler, Lisp, Cobol, PL/1 y Fortran, expertise que le ha permitido adaptarse sin problemas. Un cambio al que también se acopla el banco en el cual ha desarrollado su carrera profesional.

“El Big Data, la Inteligencia Artificial y la tecnología Cloud entregan la oportunidad de generar una transformación disruptiva del modelo de negocios”, analiza Olavarría.

Una nueva estrategia y arquitectura que construye hoy para sus clientes, de la mano de la digitalización y la omnicanalidad.

“En la medida en que avanzamos en la transformación digital, también ha comenzado a aparecer un ecosistema digital”, destaca el ejecutivo nombrando algunas iniciativas.

Entre ellas, la incorporación de robots en los *call center* y en el servicio de chat; el almacenamiento de la información de algunos proveedores en el sistema Cloud; la tarjeta MACH, medio de pago persona a persona (no solo para clientes BCI), con apertura y funcionamiento 100% virtual, y 1,3 millones de unidades en circulación -"nuestro producto más disruptivo"- y el préstamo hipotecario 100% digital.

Este último en alianza con la plataforma inmobiliaria Goplacit y proceso que en 15 días -sin contar el trámite en el Conservador de Bienes Raíces- "permite comprar una propiedad en forma más rápida, transparente y casi sin errores", asegura Olavarría.

A esto se suma el recientemente inaugurado Centro Nace, ecosistema de emprendimiento y cowork.



Tomás Gazmuri, Chief Digital Officer Falabella **Ecosistema digital**

Líder en Chile en comercio electrónico, en los últimos 12 meses vendió US\$ 1,06bn en sus canales *online* -lo que representa un 8% de sus ventas-, Falabella ha sabido subirse, y lo que es igual o más importante, mantenerse en el carro de la digitalización.

Uno de los responsables de que esto suceda es Tomás Gazmuri, Chief Digital Officer de esta compañía, quien destaca que el mundo digital está en constante cambio, por lo que es vital desarrollar un amplio set de capacidades y talento en áreas fundamentales como Logística y Tecnología, entre otras.

"En el área digital no existe el último libro que puedas leer, sino que vas haciendo camino al andar", advierte

Gazmuri agregando que el consumidor está en constante cambio, así como también el uso del espacio y los tiempos.

"Esto demanda una nueva forma de hacer negocios, contexto en el cual es muy importante fomentar una cultura de experimentación dentro de la empresa", sentencia.

¿Cómo ha transitado Falabella este camino?

"Manteniendo el foco en servir a nuestros clientes, ofreciendo nuevas experiencias de compra omnicanales y simplificando las existentes", resume Gazmuri.



Roberto Muñoz, Presidente y CEO de Movistar Chile **Sociedad digital**

"Tenemos la misión de seguir avanzando para convertirnos en el primer país 100% digital de la región", asegura Roberto Muñoz al ser consultado sobre cuáles son los desafíos que la transformación digital trae consigo para telecomunicaciones.

Tiene fundamentos para decir esto, ya que parte de la base de que Chile se consolida hoy como uno de los países con mayor consumo de Internet móvil superando a Alemania, España, Reino Unido, EE.UU. y Corea del Sur.

Una realidad que no sería posible sin la conectividad e infraestructura de nuestras telecomunicaciones, la cual Movistar ha alimentado con redes móviles y fibra óptica, "que son las principales habilitadoras de una sociedad digital", señala Muñoz.

“En Movistar Chile, así como en todas las operaciones del Grupo Telefónica en el mundo, la digitalización es la esencia de nuestro negocio”, circunscribe.

En este marco, menciona distintas iniciativas. Entre ellas, la transformación, en 2018, de Tocopilla, Vallenar, Ovalle, Linares y Punta Arenas como las primeras ciudades ‘100% fibra’ del país; la personalización de la experiencia de sus usuarios mediante alianzas con empresas como Netflix y Apple; el apoyo a decenas de emprendimientos y startups digitales nacionales, a través de Wayra, el hub de innovación abierta de Movistar, y “sin duda, el cambio en la forma de ver y consumir contenidos a través de Movistar Play”, destaca el ejecutivo.



Verónica Platoni, Customer Success Manager, Global MBA
Empoderar a todas las personas y organizaciones

“La transformación digital está tocando todos los mercados, industrias y personas, y es un desafío para todos los negocios y roles”, sentencia Verónica Platoni.

Como parte de la industria tecnológica, Verónica experimenta esto de cerca. Primero, desde el ámbito de las organizaciones donde, dice, la transformación digital está tocando la relación con los clientes para generar *engagement* y también afecta a los colaboradores, “a quienes hoy es crucial empoderar”. Y, segundo, desde un rol más personal, “donde es fundamental desarrollar nuevos conocimientos y habilidades”.

Sobre la necesidad de empoderar a los colaboradores, hace un doble click: entendiendo que la fuerza de trabajo está cambiando, juntado al menos a cuatro generaciones

en una misma organización, la ejecutiva considera que es de vital importancia permitirles colaborar desde cualquier parte y en cualquier momento.

En este mundo digital, Microsoft trabaja en nuevos productos. Entre ellos, Microsoft 365 -en particular, la solución de Teams, plataforma pensada para apoyar la nueva forma de trabajar-, y Azure, servicio en la nube que posibilita que las organizaciones planifiquen su estrategia de digitalización y agilicen sus procesos. Ambas desarrolladas con Inteligencia Artificial y resguardando el *core* de toda organización: la data.

“Ya somos seres digitales en nuestra vida personal y necesitamos serlo también en el ámbito laboral”, concluye.



Álvaro Echeverría, Fundador y CEO de SimpliRoute
“Somos parte de la transformación digital”

El líder de este emprendimiento que optimiza las rutas de despacho, lo dice con todas sus letras: los alumnos que piensan que las tareas de Gestión de Operaciones no sirven, están profundamente equivocados. De hecho, él es la prueba que una buena mezcla entre algoritmos y optimización puede dar como resultado una excelente solución. Una que, en su caso, plasmó en SimpliRoute, una empresa basada en RPE (Vehicular Routing Program) que guía las rutas de sus más de 200 clientes en 16 países del mundo, incluidos Australia y UK. De ello se encargan 23 personas en Santiago, cuatro en México, dos en Perú y cuatro socios en Brasil.

“Somos parte de la transformación digital y este es un ejemplo muy claro”, asegura.

Explica: “El rubro de transporte es anticuado en muchos aspectos y, en general, muy conservador. Están acostumbrados a salir a la calle con la ruta por escrito, sin tecnología en el proceso”, detalla.

Álvaro destaca que lo que hacen es indicarle al conductor, por medio de una plataforma 100% desarrollada por ellos, la ruta perfecta para transitar. Con un salto cuántico en términos productivos y de democratización de la tecnología.

Reconoce que el modelo que implementaron en 2015, que partió en Startup Chile y que también estuvo una temporada en Silicon Valley, es disruptivo en términos de transformación tecnológica.

“Le enseñamos nuestros usuarios que hay nuevas y mejores formas de hacer las cosas. La ciudad creció, el tráfico es distinto y los clientes tienen expectativas diferentes”, enumera concluyendo que el desafío es acostumbrarse a que el cambio es algo permanente.



Daniela Baytelman, Fundadora y CEO de easycancha Subiendo el deporte al mundo digital

Daniela Baytelman cuenta que nació digital y desde esa perspectiva asesora a otros para que también se digitalicen. Es así como desde 2017 ayuda a que

empresas del mundo del deporte dejen atrás la gestión de la reserva de sus espacios para prácticas deportivas a mano; con papel y lápiz.

“Con easycancha puedes reservar las canchas del deporte que quieras, en el club que elijas, al mejor precio”, asegura Daniela.

¿Cómo se logra esto? Con una aplicación en línea, a través de la cual sus usuarios -que hoy llegan a 150.000 deportistas- pueden administrar sus reservas en más de 200 clubes.

Presentes en todo el país, desde junio operan en Ecuador y Miami, esta última ciudad donde, según cálculos de la ejecutiva, menos del 30% de los complejos deportivos contempla algún tipo de reserva *online*.

“El sistema está en evolución permanente, que es otro aspecto importante de la transformación digital. La versión 1.0 con la que salimos hace dos años al mercado no tiene nada que ver con la de hoy. Esto, justamente para abordar todas las particularidades y problemáticas de los clubes”, precisa la CEO de este emprendimiento.

Daniela adelanta que seguirán perfeccionando la reserva digital agregando más funcionalidades a la App (para conectar a jugadores, que los usuarios puedan invitar a sus amigos y registro de resultados).

E+G

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN CIFRAS

- > Las conexiones a Internet crecen de manera exponencial. Para Latinoamérica se proyecta un 65% en 2025.
- > Se estima que de aquí a ese año, cerca del 80% de los celulares en Latinoamérica serán smartphones y con tecnología 5G, equivalente a 600 millones de conexiones.
- > Las empresas de “última milla” (Uber Eats, Cornershop) pueden llegar a explicar más del 20% de la venta de tiendas físicas.