



Transformación digital. Casos de éxito reales y prácticos.

Programa de apoyo al comercio minorista
Mayo 2023

ALICIA PUGA



UNIÓN EUROPEA



Cámara
de Comercio de España

Cámaras
Andalucía



A U M E N T A

A U M E N T A

¿Qué vamos a ver hoy?

- ¿Qué es y qué esperar?
- ¿Cómo se hace?
- ¿Por dónde empezar?
- Herramientas clave

El perfil del consumidor es DIGITAL

La digitalización es imparable
El consumidor lo ha asumido



En tiempos de Covid, el mundo digital no se confina

- Redes sociales: Entretenimiento, contacto con otros, socialización*
- Contenido: Audiovisual, entretenimiento, directos...
- Compras. Anuncios, Marketplace, email, promociones
- Mayor promoción de servicios online
- Acciones más seguras (online)



Hay un antes y un después de 2020

ANTES DE 2020:

Sólo el 13% de las Pymes pensaban en digitalización
(el 45% de las empresas de mayor tamaño)


DESPUÉS DE PANDEMIA:

En 4 meses se digitalizaron **5** veces más empresas
que en TODO 2019





**La digitalización
es imparable,
con la pandemia indispensable**

**¿Qué es
y qué esperar?**




REAL ACADEMIA ESPAÑOLA





ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA

Diccionario de la lengua española Edición del Tricentenario Actualización 2021
RA

Consulta posible gracias al compromiso con la cultura de la  **Fundación "la Caixa"**

por palabras **Tb. transformación.**

Del lat. tardío *transformatio*, -ōnis.

1. f. Acción y efecto de transformar.
2. f. *Biol.* Fenómeno por el que ciertas células adquieren material génico de otras.
3. f. *Ling.* Operación que establece formalmente una relación sintáctica relevante entre dos frases de una lengua, pasándose de la primera a la segunda o viceversa.
4. f. *Mat.* Correspondencia entre elementos de dos conjuntos.

digital

Del lat. *digitālis*.

1. adj. Perteneciente o relativo a los dedos.
2. adj. Referente a los números dígitos.
3. adj. Dicho de un dispositivo o sistema: Que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits.
4. adj. Que se realiza o transmite por medios **digitales**. *Señal, televisión digital.*
5. adj. *fest.* Dicho de una persona: Nombrada a dedo.
6. adj. *fest.* Dicho de un nombramiento: Que se produce a dedo.
7. f. Planta herbácea cuyas hojas se usan en medicina.
8. f. Flor de la **digital**.

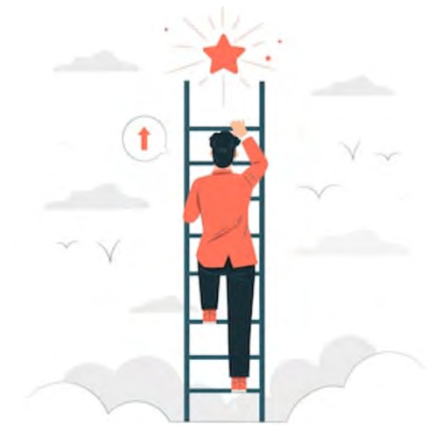
Definimos transformación digital

La Transformación digital es un cambio. Un **cambio profundo** en la empresa que supone **sumar tecnología para ofrecer soluciones.**



La transformación digital se consigue cuando:

- **Conocemos** las nuevas tecnologías
- **Somos conscientes** de las ventajas que puede incluir y sabemos integrarlas
- Sabemos que la transformación ha de ser a nivel material (**recursos tecnológicos**) pero también a nivel de personal (**perfiles y conocimientos**)
- Entendemos que es un proceso de **cambio continuo**



Transformación digital: Adaptarse o morir

Son muchas las empresas que perdieron su liderazgo (o desaparecieron) por no saber adaptarse a las nuevas tendencias en tecnología (que sí asumió el usuario).

2007 - Hardware VS Software



NOKIA

Nokia 6300: Un clásico de ...

¿Qué empresas están ahora en la encrucijada?

Todas

pero solo seguiremos escuchando sobre las que lo consigan.



Netflix

1997 era una empresa de alquiler de DVD por correo electrónico

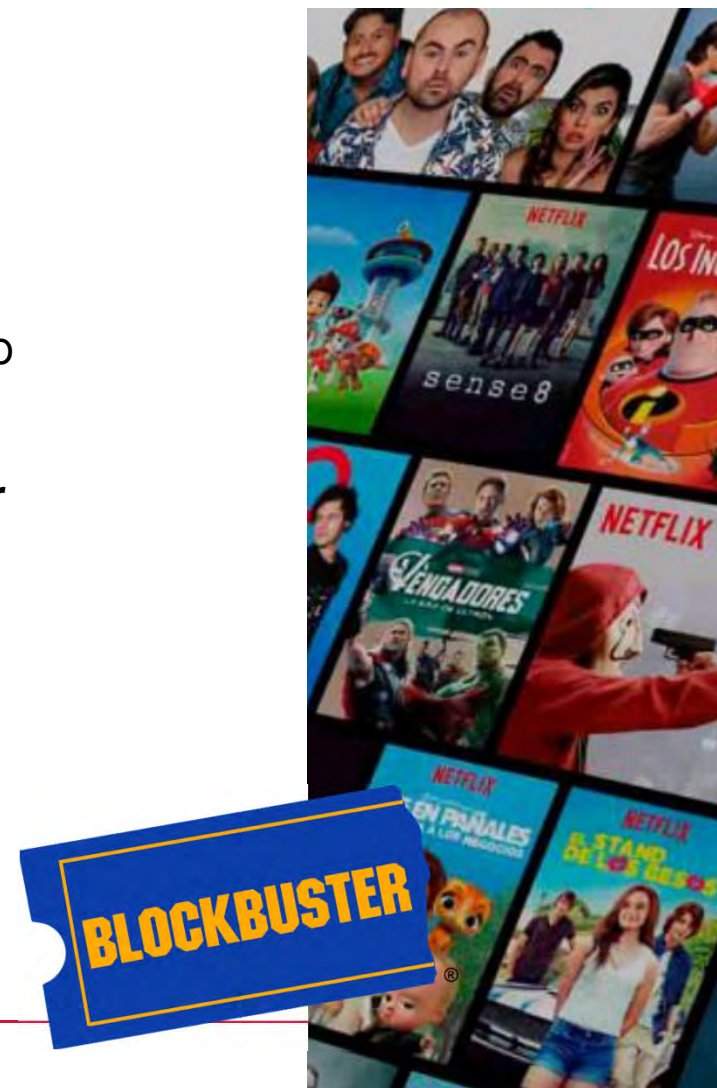
1999 pasó a un modelo de suscripción

2007 se transformó en un servicio de streaming (contenido por internet)

2010 tenía 20 millones de suscriptores

2013 estrenó su primer contenido original "House of Cards"

2021 tiene 139 millones de suscriptores en el mundo



¿Cómo se hace?

3 Áreas a analizar: Cultural, de negocio y de procesos

1- Transformación en la **cultura empresarial**:

La cultura empresarial es una serie de creencias, acciones, normas o metas que comparten los miembros de una organización.

La transformación digital de la cultura empresarial conlleva cambios en la percepción que tenemos o lo que proyectamos como parte de una empresa más digital.

2- Transformación en el modelo de negocio

3- Transformación de los procesos de negocio



Se trata de proyectar una imagen más digital

Tu marca no es lo que tú dices que es, sino lo que la gente entiende que es.



3 Áreas a analizar: Cultural, de negocio y de procesos

2- Transformación en el modelo de negocio

El modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. De forma que trabaja la rentabilidad de la empresa para los distintos estratos.

La transformación digital del modelo de negocio implica cambios en la forma de rentabilizar lo que hacemos.

- 1- Transformación organizacional y cultural.
- 3- Transformación de procesos de negocio.



3 Áreas a analizar: Cultural, de negocio y de procesos

1- Transformación de los **procesos**

Un proceso de negocio es una colección de tareas relacionadas y estructuradas que en una secuencia específica produce un servicio o producto para un cliente.

La transformación digital del proceso de negocio implica **cambios en el proceso de producción del producto/servicio final.**

2- Transformación en el modelo de negocio

3- Transformación organizacional y cultural.



Digitalización de equipos/ herramientas

Supone la mejora de los procesos (de la forma en que hacemos las cosas) con la inclusión de tecnología.

¿Cómo lo hago?

¿Qué necesito mejorar en mi “producción”? Para que sea más ágil/ más seguro/ más completo/ diferente...

¿Qué se está haciendo gracias a la tecnología que antes no se podía hacer?

¿Existen herramientas que hagan más ágil/fácil/mejor el trabajo que hago ahora? ¿Cuales son?



Transformación digital en la cultura empresarial de McDonalds

La presencia de la marca relacionado a evolución y actualidad.

Contenido promocionado, de actualidad o incluso de continuidad en redes.

Aproximadamente 165.000.000 resultados (0,51 segundos)

<https://www.extradigital.es> › mcdonalds-da-un-paso-ma... ▾

McDonald's da un paso más en su estrategia de ... - ExtraDigital

8 jun 2021 — De hecho, la principal premisa de MyMcDonald's es extender al mundo **digital** la experiencia del consumidor con la marca. Para ello, el diseño, ...

<https://mktadstrategies.wordpress.com> › 2022/04/30 ▾

McDonald's: de lo tradicional a lo digital

30 abr 2022 — **McDonald's** piensa más que nunca en **digital** y, en esta línea, adjudicó un contrato de un millón de dólares a Omnicom, desvinculándose de Leo ...

<https://www.cronista.com> › Negocios › Mc Donalds ▾

McDonald's lanza su primer local 100% digital - El Cronista

21 jul 2022 — La propuesta fue desarrollada por ADvance, la fábrica **digital** de **McDonald's**, para ofrecer a los clientes buenos momentos y experiencias de ...

<https://www.forbes.com.mx> › Negocios ▾

Cadena de comida rápida se prepara para el futuro digital ...

30 jun 2021 — Arcos Dorados, quien dirige la franquicia **McDonald's** en 20 países, anunció la puesta en marcha en México de su plan de digitalización.



Transformación digital en el Modelo de negocio de McDonalds

¿Cuál es el modelo de negocio de McDonalds?

¿Cómo generan dinero?

En 2020 McDonalds quiere dejar de ser un lugar donde cenar barato, para ser algo más actual.

Estrategia 3D: Digital, delivery y drive-thru



Transformación digital en el Proceso de negocio de McDonalds

2017 McDonalds implementa cajeros para realizar pedidos completos en restaurantes.

Esto modifica la forma en que se preparan las comandas y se gestionan las cocinas.

Con lo cual el personal ha de formarse también –
Experiencia 360 de realidad virtual para onboarding de nuevos empleados.

¿Por qué?



Conceptos que marcan las decisiones:

Existen 3 parámetros importantes que **marcan las decisiones** en la transformación digital:

1. Usuarios

1. Rentabilidad

2. Marca

El usuario es la base de todo, el que marca las mayores decisiones porque es responsable de la rentabilidad y de la imagen de la marca.



¿Por dónde empezar?

Desarrollo de un plan de transformación digital:

1. Análisis (Interno y externo)
2. Objetivos
3. Selección de tendencias
4. Adaptación y acciones
5. Barreras y puntos clave
6. Necesidades
7. Planificación
8. Correcciones



1. Análisis



INTERNO

Estudia tu realidad ¿qué necesito resolver? ¿qué carencias tengo? ¿qué me haría más rentable? ¿Qué está frenándome?

Qué posición tengo/quiero en el mercado y cómo se consigue

EXTERNO

Analiza tu competencia ¿qué grado de digitalización tienen? ¿cómo lo percibe el usuario final? ¿qué hacen? ¿qué les es más rentable? ¿qué es importante para mi (en relación a ellos)?

BBVA lo ve como oportunidad

The BBVA logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font against a light blue background.

 BBVA

[BBVA lanza una adaptación de su 'app' en España para el colectivo sénior](#)

BBVA facilita aún más la accesibilidad de su aplicación móvil en España para ... El banco ha adaptado la 'app' poniendo a su disposición una...

21 abr 2022



2. Objetivos

NECESITAS SABER DÓNDE VAS PARA LLEGAR

Fija tus objetivos – objetivos SMART

Señala las tecnologías necesarias - ¿Qué herramientas necesito para conseguirlos?

PLANIFICACIÓN

Objetivos en plazo y coherencia de desarrollo.

¿Qué, cuándo y cómo?



Objetivos bien definidos

1. Marca un objetivo alcanzable
2. Investiga sobre él
3. Piensa opciones para su consecución
4. Descubre tecnologías o innovaciones que te ayudan a conseguirlo
5. Anota el coste y las necesidades de su implementación



Objetivos vs herramientas (la forma más práctica de verlo):

- Acercarnos al usuario – **redes sociales**
- Anticipar nuevas **oportunidades de negocio** – Estudios y tendencias de mercado.
- Mejora de **productividad** – Herramientas digitales y colaborativas (nube y teletrabajo)
- Agilizar procesos – Herramientas digitales **de automatización o predicción** (robotización e ia)
- Dar un **servicio más completo** – Web, app, pantallas digitales...(hardware)
- Mejorar la gestión de stock – Programas **de gestión y etiquetas RFID**



Herramientas: Etiquetas RFID

- RFID es el acrónimo de Radio Frequency Identification o lo que es lo mismo, identificación por radiofrecuencia.

Supone un paso más al código de barras, ofreciendo grandes innovaciones en el almacenaje de información.

- Necesita de un receptor, pero con operatividad hasta 10 metros de distancia. La etiqueta almacena información de todo el proceso y permite leer desde el origen del objeto que la lleva.
- Se utiliza a modo de pegatina y funciona incluso en ambientes hostiles.

- **Este tipo de etiquetas ofrece muchas ventajas de cara a la gestión e integración de stock off y online. Y por tanto a las estrategias Omnicanal.**



Más sobre RFID: <https://marketing4ecommerce.net/etiquetas-rfid-ecommerce/>

3. Selección de tendencias

DEBES CONOCER EL MUNDO DIGITAL

Selección de tendencias que tienen que ver con tus objetivos

Justificación de la selección - ¿Qué te reportará incluirlos en tus acciones?

Indaga sobre las posibilidades / variantes de su aplicación - ¿Cómo hacerlo tuyo?



Top 10 Technology Trends 2023



Digital Twins



Metaverse



Blockchain



Superapps



IoT



Robotic Process Automation (RPA)



AI and Security



New Energy Solutions



Quantum Computing



Sustainable Technologies

- Gemelos digitales
- Blockchain
- Internet de las cosas
- Seguridad e IA
- Automatización de procesos

<https://www.plainconcepts.com/es/tendencias-tecnologicas-2023/>

2016

- Omnicanalidad
- Automatización
- Mcommerce
- Clic&collect
- BigData
- IoT
- Retail as a service
- RRSS
- On+Off line
- Tecnología cómoda

1	 <p>La omnicanalidad</p> <p>Es el concepto más importante en la actualidad en el mundo del retail. Desde el punto de vista del usuario, se entiende como la vía para que el usuario aproveche todos los canales existentes para comprar.</p>	2	 <p>Automatización, personalización y recomendación</p> <p>La integración de tecnologías permite introducir mejoras en la experiencia de cliente, ofertas más personalizadas y cambios en los procesos.</p>
3	 <p>mCommerce</p> <p>Está transformando el mundo del comercio, que ha pasado de considerar a los dispositivos móviles un enemigo de las tiendas físicas a un aliado.</p>	4	 <p>Click&mortar y Click&collect</p> <p>La compra online y la recogida de los productos por parte de los clientes en la tienda es una tendencia clara.</p>
5	 <p>Big data y fast data</p> <p>Los retailers usan de forma creciente las analíticas de datos para obtener un mayor conocimiento de los hábitos y gustos del usuario.</p>	6	 <p>El internet de las cosas</p> <p>Empieza a ser una herramienta vital para los retailers, tanto para personalizar la información y las promociones como para rediseñar las tiendas.</p>
7	 <p>Retail "as a service"</p> <p>Los servicios en la nube, unidos al resto de tecnologías digitales, hacen posible el desarrollo de modelos de venta y distribución bajo demanda.</p>	8	 <p>Las redes sociales</p> <p>Dejan de ser únicamente herramientas de marketing para tener presencia a lo largo de toda la cadena de valor y convertirse en la base de un comercio social apoyado en la confianza.</p>
9	 <p>Convergencia off-on</p> <p>Las diferentes tecnologías permiten a las tiendas físicas relacionarse mejor con el cliente. Al mismo tiempo, las tiendas online apuestan cada vez más por tener sus espacios físicos.</p>	10	 <p>Dispositivos y tecnologías en supermercados virtuales</p> <p>Pulsadores en el hogar, soluciones de realidad virtual, beacons o etiquetas RFID están cada vez más presentes.</p>

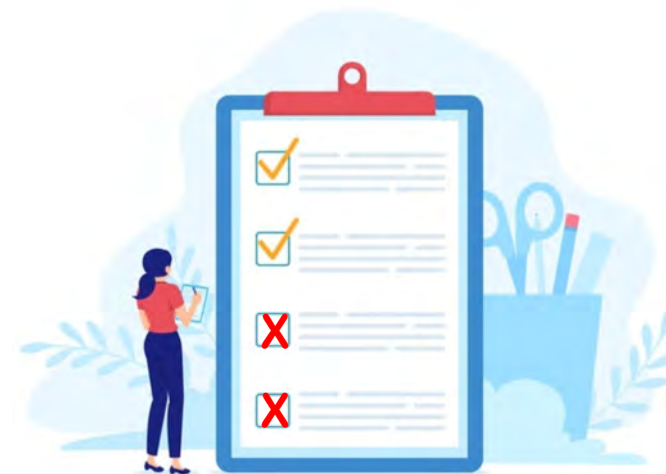
4. Adaptación y acciones

MATIZA TUS ELECCIONES PARA ADAPTARLAS A TU MARCA

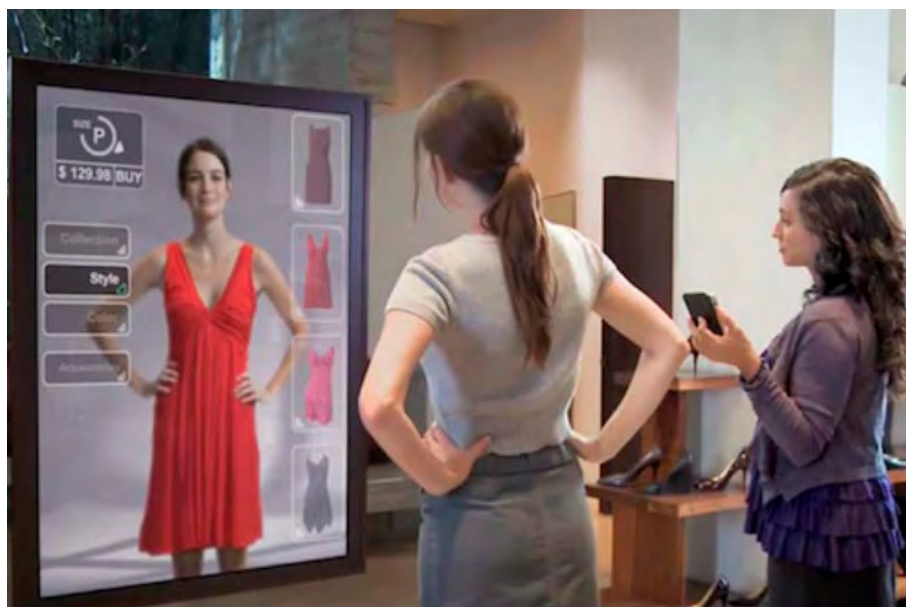
PLAN DE ACCIONES

Describe las acciones – ¿Qué haremos para sumarnos a esa tendencia y conseguir objetivos? ¿Cómo lo haremos?

Opciones de corrección



Realidad aumentada (AR) Life shopping



Más sobre probadores virtuales: <https://www.informabl.com/probadores-virtuales-la-tecnologia-que-se-volvio-una-necesidad/>

5. Barreras y puntos clave

SE REALISTA Y SEÑALA LOS PUNTOS CRÍTICOS

¿Qué barreras tiene la implementación?

¿Qué puede hacer que fracase nuestro plan de acción?

¿Qué aseguraría nuestro desarrollo?

¿Qué puede salir mal?



6. Necesidades

PARA EL DESARROLLO DE TODO EL PROCESO ¿QUÉ NECESITO?

Personal o formación de personal necesario

Herramientas o dispositivos

Software o intangibles varios

Presupuesto



7. Correcciones

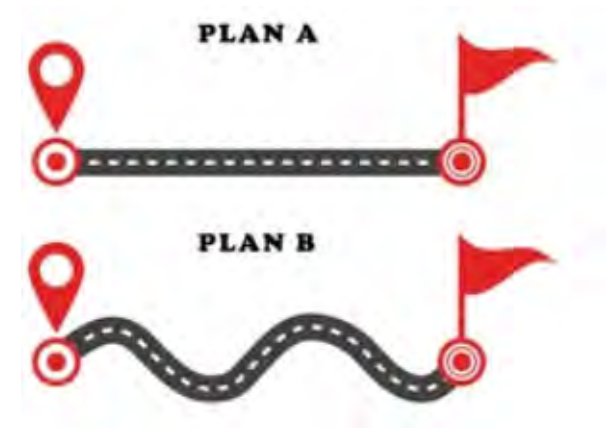
TEN UN PLAN B

Define los programas, empresas o técnicas de medición y seguimiento

Tendencias interesantes en 2º plano

Herramientas, proveedores o intangibles de segunda opción

Acciones complementarias, de refuerzo o alternativas



DIGITALIZACIÓN

=

CAMBIO

**Más casos
prácticos y reales**



Debilidades resueltas

En su transformación digital destaca un proceso progresivo, motivado por la **atención de necesidades y la solución de problemas**.

Como al **incorporar un ERP** para resolver ineficiencias en la información de las transacciones internas de la empresa.

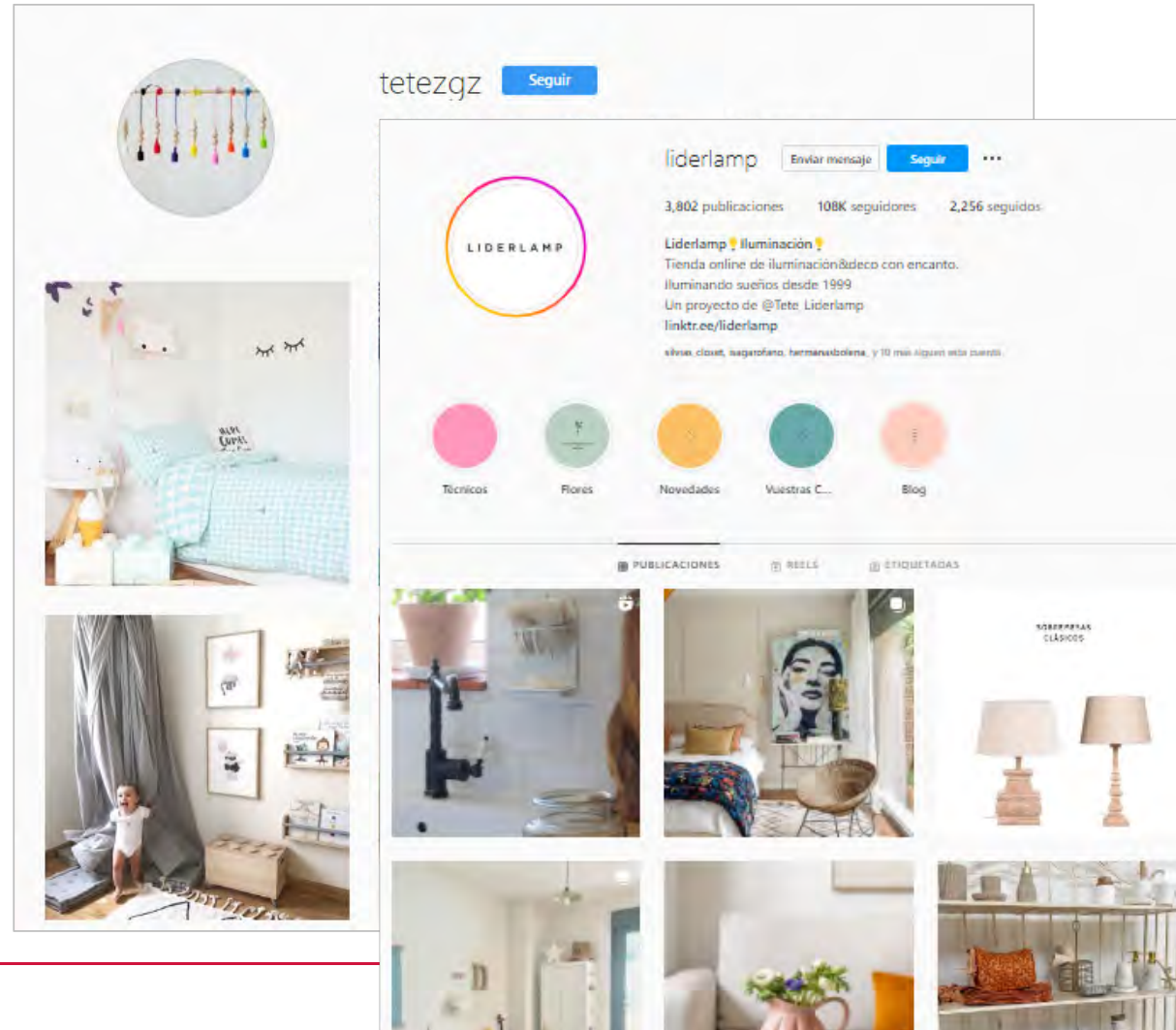
La **aplicación de visión artificial y sensores** en las líneas productivas para garantizar la calidad

O el **uso de análisis de datos y neurociencia** para comprender el comportamiento del usuario y su satisfacción final.



Querer es poder

Tetezqz 2014 + MJ Sanz
Liderlamp hoy



Transformación digital de ZARA

Inditex anunció en junio de 2020 una inversión de 2.700 millones de euros para digitalizar más sus servicios.

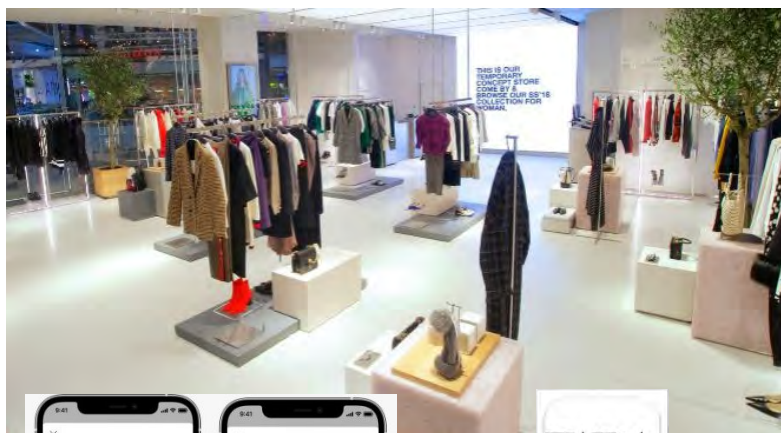
¿Cuál es el objetivo principal?

Hacer que sus tiendas tuvieran una mayor integración en el modelo físico y online.

¿Qué tecnologías / estrategias utiliza?

- Ecommerce
 - Apps de clientes
 - Stock omnicanal – Etiquetas inteligentes
 - Puntos recogida “click and collect”
-

Zara y su apuesta omnicanal



ZARA

BUSCAR | FILTRO

Vista 2 4 | 56 artículos

ÚLTIMA SEMANA

MUJER

- ÚLTIMA SEMANA
- ABRIGOS
- CHAQUETAS
- BLAZERS
- VESTIDOS
- MONOS
- CAMISAS
- BODY
- PUNTO
- PANTALONES
- JEANS
- SHORTS
- FALDAS
- CAMISETAS
- SUDADERAS
- ZAPATOS
- BOLOS
- ACCESORIOS
- BANO
- PERFUMES
- TARJETA REGALO
- STUDIO
- JOIN LIFE



NEW
BODY MANGA ASIMÉTRICA
PA. 94. 91. 24



NEW
BODY VOLEE ESTAMPADO FLORES
PA. 94. 91. 24

- 2010 Ecommerce
- 2014 +Alibaba para mercado asiático
- 2016 Pay per mobile / app
- 2017 Apuesta por lo digital
- 2018 Flagship Londres
- 2018 prueba AR en la app
- 2020 Ap Shwrm para medios (influencers)
- 2022 Apuesta por economía circular
- 2023 EEUU

Más sobre la historia de Zara y su crecimiento online: <https://marketing4ecommerce.net/historia-inditex-online-ecommerce-moda/>

Robótica para la entrega de paquetes

Puntos de recogida de compras online en tienda ("click and collect").

¿Qué aprendemos?

Sistematiza la recogida de compras. Así agilizas trámites y fomentas el uso.

CLEVERON



Productos Estudios de casos Sobre nosotros Blog Contacto Cleveron Español ↓

Cleveron 402: la terminal de entrega de paquetería más grande y rápida basada en la robótica

Cleveron 402 es la solución de recogida Click & Collect más grande del mundo y puede gestionar más de 1.400 paquetes. Recoge los paquetes y los organiza de manera óptima según su tamaño dentro de la terminal

- Entrega los paquetes a los clientes en cuestión de segundos
- El diseño modular ofrece soluciones de tamaño flexibles
- Se puede montar dentro de la pared, por lo que es compatible con el diseño interior de la tienda

[Más información acerca de Cleveron 402](#) →

Transformación digital en “Los compadres”

- Panificadora industrial, fundada en 1967 Canarias. Empresa familiar.
- Producción de pan y derivados, con raíces en Snto.Domingo.
- Distribución local, con empleados de larga duración, y relación con otras empresas similares. Venta en tiendas locales.
- Su valor diferencial es la calidad y el producto estrella “pan de molde sin bordes” muy característico.



¿Cómo digitalizamos sin perder valor?

- Modernización de maquinaria a medida (adaptado a lo singular de su producto)
- Incorporación de herramientas para agilizar la gestión con proveedores locales.
- Incluir la marca en grandes líneas de distribución – implicaciones* locales, de competencia y de imagen
- Crecimiento a canales de comunicación con cliente final actuales (redes) – manteniendo imagen y tono
- Renovación de equipo directivo y segmentación de responsabilidades-formación dentro de la familia



Aspectos a estudiar:

- Si tenemos conciencia de lo que supone.
- Cómo se implementa de cara al cliente
- Dentro de nuestra pyme qué hacemos
- Canales de venta
- Seguridad
- Herramientas digitales



Fuente: <https://www.programaempresadigital.es/web/guest/programa-empresa-digital>

Test de digitalización:



< ANDALUCÍA CONECTADA >

TEST DE AUTODIAGNÓSTICO DIGITAL

Lleva la digitalización de tu negocio al siguiente nivel gracias al test de autodiagnóstico

La herramienta de diagnóstico gratuita que te permitirá conocer el grado de digitalización de tu empresa y los pasos a seguir para mejorar tu situación.



ACCEDE AHORA AL TEST

*¿Ya tienes un perfil privado de empresa creado?
Haz clic aquí para iniciar sesión.

Tiempo estimado en realizar el test: 5 minutos



25%

Completado

7. ¿Utilizas estos canales digitales para vender tus productos y/o servicios?

Aplica

- No
- Presento el catálogo de productos y/o servicios
- Permito realizar pedidos y/o reservas online
- Permito realizar el pago online
- Permito realizar el seguimiento del estado de los pedidos

8. ¿Cuáles de las siguientes herramientas dispones en tu negocio para la comunicación y colaboración con tus clientes?

No Aplica

9. ¿Qué tipo de acciones, de entre las siguientes, son llevadas a cabo a través de sus canales digitales para promocionar tu negocio?

Aplica

- Ninguna
- Acciones de posicionamiento (SEO)
- Acciones de mail marketing (boletines informativos, newsletter, etc.)





Más test (otras empresas privadas): <http://www.observatorio-empresas.vodafone.es/digitalizacion-empresas/>

La empresa también tiene un nivel de digitalización



Fuente: ministerio de Asuntos económicos y transformación digital

https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2021-09/digitalizacionpymes2021resumenejecutivo_0.pdf

Europa apuesta por la digitalización:

Digital Compass 2030



Transformación digital de las empresas

Asimilación de la tecnología: utilización de la nube, la IA y los macrodatos por el 75 % de las empresas de la UE

Innovadores: aumento de las empresas emergentes en expansión y la financiación para duplicar los unicornios en la UE

Usuarios tardíos: más del 90 % de las pymes alcanzan al menos un nivel básico de intensidad digital

Más información en español:

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_es

Resumen:

- La transformación digital es cambio. Es buscar soluciones de tecnología para crecer.
- Plántate las preguntas correctas: ¿Qué quiero? ¿Cómo lo consigo? ¿Dónde lo encuentro?
- Organiza el proceso para que sea completo, coherente y continuo.
- Recuerda: Usuarios, Rentabilidad y Marca (los 3 puntos de fuga)
- Selecciona y adapta las tendencias. Hazlas tuyas.
- Transformar es crecer y sobrevivir. Las empresas que no se mueven, se hunden.



¿Alguna pregunta?

Gracias

NOS VEMOS EN LAS REDES

alicia@umenta.digital

