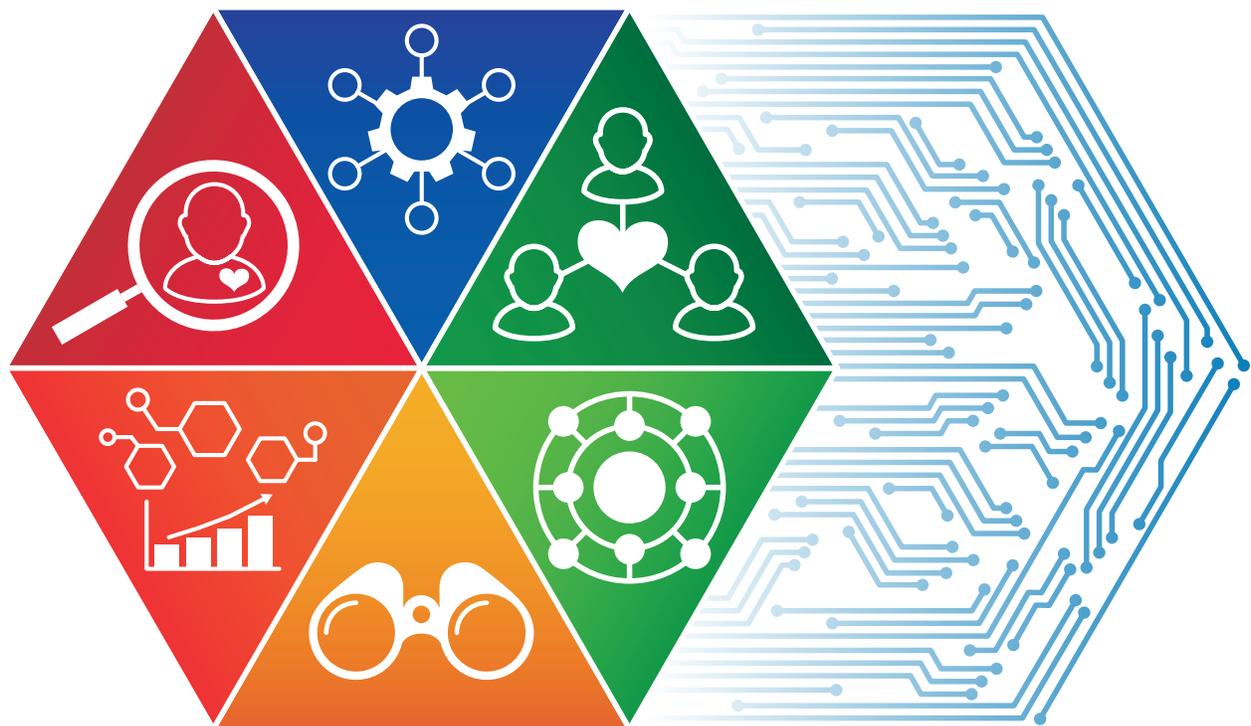


Las **6 Claves** para aprovechar la **Disrupción Digital** y llevar tu **Empresa** hacia el futuro.



La **Hoja de Ruta** para triunfar en medio de la **Disrupción Digital**.

Jorge Aldrovandi | Babel-Team

César Lozano | PWG - Podium Worldwide Group

Contenido

Bienvenida	3
Prefacio	
Los Tres Pilares para Triunfar en la Disrupción Digital	5
Introducción	
Qué es la disrupción digital y cómo impacta tu negocio	8
Capítulo 1. Estrategia y Tecnología	16
Clave 1. Imagina Futuros Posibles para promover la innovación digital	17
Clave 2. Integra las tecnologías emergentes para hacer realidad tu nuevo modelo de negocios	21
Capítulo 2. Clientes y Relacionamiento	23
Clave 3. Conecta con los clientes para el nuevo enfoque de tu negocio	24
Clave 4. Automatiza el relacionamiento comercial con tus clientes	27
Capítulo 3. Mentalidad y Cultura Digital	29
Clave 5. Digital Mindset con agilidad para crear cultura digital	30
Capítulo 4. ¿Cómo recorrer el camino para triunfar en la disrupción digital?	
Clave 6. La hoja de ruta para triunfar en medio de la disrupción digital	34
	35
Sobre los Autores	
Jorge Aldrovandi Babel-Team	41
César Lozano PWG - Podium Worldwide Group	42
Cómo contactarnos	43

Bienvenida

Ad Astra Per Ardua (A las estrellas con trabajo arduo)

Sí, parece un sueño, pero eso es lo que Jeff Bezos y Elon Musk están empeñados en hacer: poner el homo sapiens en el espacio extraterrestre. Y, claro, si no lo hacemos como especie, el planeta Tierra va a poner severos límites a nuestra expansión.

Hace 3 años estaba en EEUU, a comienzos de septiembre de 2016 y para mi empresa, Babel-Team el presente no podría ser mejor.

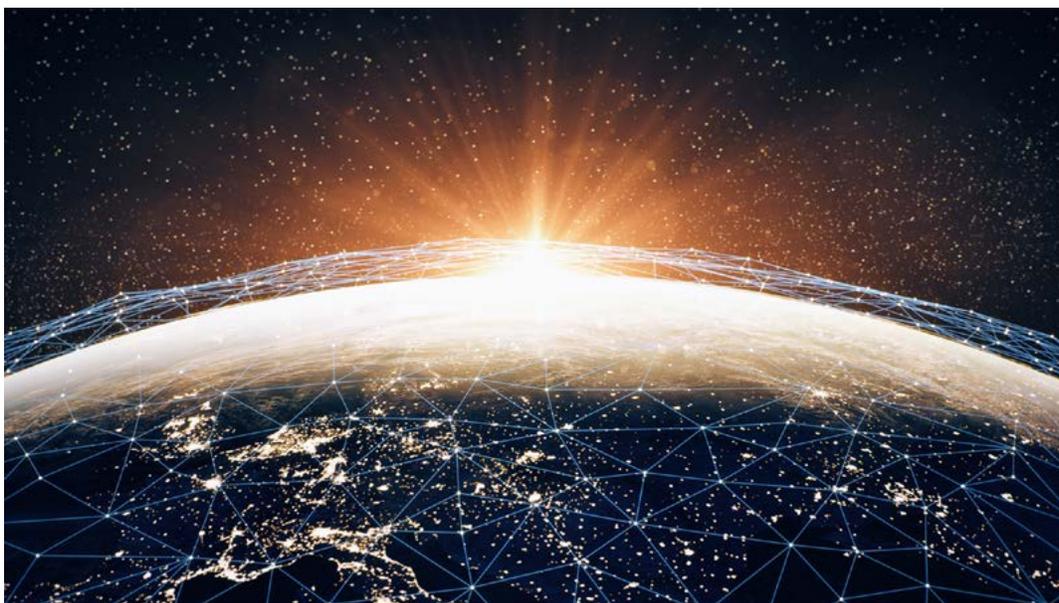
Sin embargo, por alguna razón que aún no consigo explicar, el éxito siempre me abre un interrogante:

¿Hasta cuándo el ecosistema me permitirá continuar siendo exitoso?

Y una segunda pregunta:

¿Qué necesito hacer para continuar siendo exitoso?

En este e-book presentamos los hallazgos surgidos de la amplia experiencia de dos importantes firmas de consultoría de negocios: **Babel-Team** y **PWG - Podium Worldwide Group** que, con ánimo colaborativo, se unen para ayudarte a “surfear” sin riesgos, por las agitadas aguas de la disrupción digital.



Bienvenida

Este contenido te será de utilidad para que puedas:

- Comprender qué es la Disrupción Digital y su impacto en los negocios.
- Cómo la transformación digital está cambiando las empresas.
- Qué hacer para disminuir los riesgos y maximizar las oportunidades.
- Cómo implantar el cambio digital en tu empresa.
- Por dónde comenzar.

Para quién es este e-book:

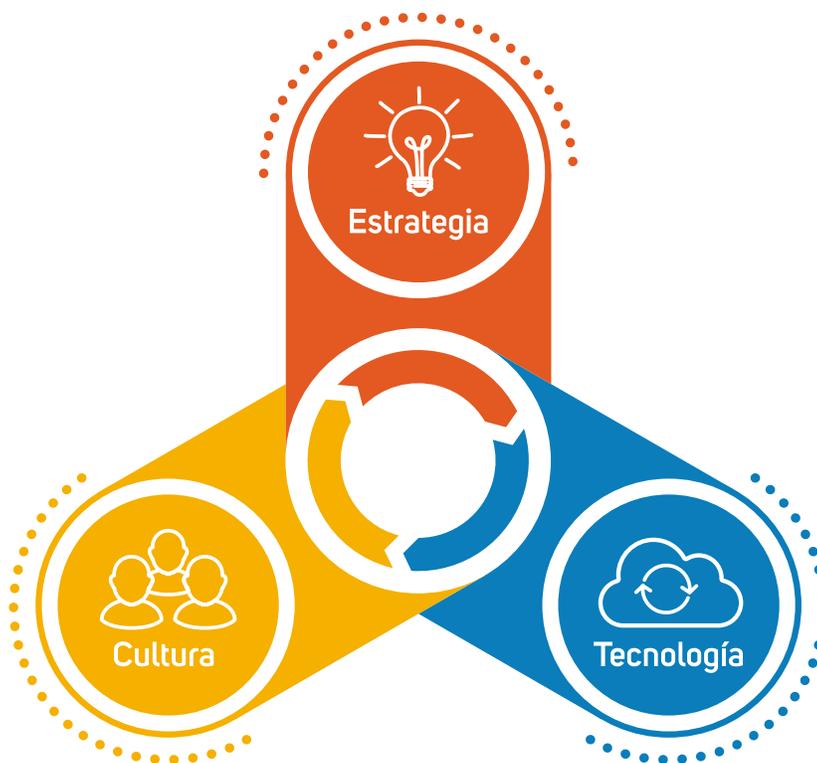
- Empresarios interesados en el crecimiento de sus negocios.
- Profesionales responsables por planificación estratégica.
- Gestores de innovación digital.
- Líderes de iniciativas estratégicas
- Profesionales en empresas establecidas que ingresan a la Industria 4.0
- Profesionales interesados en innovación digital.
- Emprendedores en busca de oportunidades de nuevos negocios.

Prefacio

Los Tres Pilares para Triunfar en la Disrupción Digital

En charlas recientes con presidentes de grandes organizaciones y con gerentes de pequeñas y medianas empresas, hemos podido extraer **un conjunto de creencias erróneas alrededor de la transformación digital** que, en esta obra ayudaremos a clarificar.

Triunfar en los negocios de hoy, sacando el mayor provecho de las posibilidades que brinda el torbellino digital que recién comienza, requiere del dominio de **tres pilares esenciales**:



Y aunque la gran mayoría tiende a entender que la tecnología es el eje de la transformación digital, nada está más lejos de la realidad, como bien lo constata Gartner cuando establece que el 46% de los CIO consideran que **la variable determinante del éxito, es la cultura**.

Prefacio

De la misma manera, las grandes empresas promueven sus tecnologías como la clave que llevará tu negocio a triunfar en la Industria 4.0, ofreciendo un acompañamiento estratégico para adaptar tu empresa a las posibilidades de su solución.

Estudiando el contenido de este e-book evitarás los tres riesgos más costosos que puedes correr, cuando incursionas de lleno en la transformación digital de tu negocio.

Comprenderás por qué no existe tal cosa como la estrategia del negocio y la estrategia digital que la complemente. La verdad es que tu negocio solo debe tener una **ESTRATEGIA** y debe ser **digital**, para triunfar en los mercados con crecimiento exponencial.

Entenderás que el papel de las tecnologías emergentes (no solo las tecnologías informáticas) capaces de crear abundancia exponencial, deben seguir a tu estrategia de negocios.

Así las cosas, la **TECNOLOGÍA** es la que hace posible el futuro que has definido en tu organización, una vez has realizado la reformulación de tu modelo de negocios.

Prefacio

*“Sin embargo, los descabros reportados en la transformación, cada vez coinciden en señalar la falta de **CULTURA** digital, como la variable causante del fracaso.”*

Finalmente, la arista humana de esta combinación, suele dejarse en segundo plano y en algunos casos se espera que la adaptación al nuevo escenario se dé por “generación espontánea”, sin intervención deliberada.

Sin embargo, los descabros reportados en la transformación, cada vez coinciden en señalar la falta de **CULTURA** digital, como la variable causante del fracaso.

Asegurando el desarrollo armónico de estos pilares:

Estrategia → Imaginando el futuro posible.

Tecnología → Incorporando las tecnologías que hacen posible ese futuro.

Cultura → Gente con mindset digital para hacer sostenible ese futuro.

¡Tu negocio triunfará en la disrupción digital, sin la más mínima duda!

En esta guía detallaremos cómo puedes evitar costosos errores, brindándote una **hoja de ruta**, que te indicará por dónde empezar, cuál es el orden correcto para recorrer el camino y cómo dar los pasos necesarios...

¡Para disfrutar de los desafíos del torbellino que supone la disrupción digital, en esta apasionante época de la historia humana, que nos corresponde vivir!

Introducción

Qué es la Disrupción Digital y Cómo Impacta Tu Negocio

Estamos delante de una de las más grandes rupturas de la historia de la humanidad.

A una velocidad que nos deja sin aliento, nuevas tecnologías transforman todo el tejido de relaciones económicas, la sociedad y el modo como vivimos, trabajamos y consumimos.

Nada en el pasado se parece a la disrupción digital, pues esta supera todas las tendencias anteriores en términos de velocidad, alcance y efecto sistémico.

“La combinación tecnológica abre posibilidades nunca imaginadas.”



Introducción

Además de eso, la combinación de tecnologías abre oportunidades nunca antes imaginadas, en muchos ramos de negocios:

Tecnologías en la nube, inteligencia artificial, poder de procesamiento, robótica, impresión 3D, sensores, Blockchain, Big Data y el efecto network, van a generar productos, servicios y modelos de negocio totalmente innovadores.

Caso Phillips: De vender lámparas a vender luz

El modelo de negocio de Phillips tradicionalmente fue (entre otros productos) vender lámparas con un plazo de validez calculado (obsolescencia programada), para obligar a la compra de nuevos productos.

Para adaptarse a la feroz competencia, Phillips moderniza su modelo de negocio, deja de vender lámparas y pasa a vender un servicio: iluminación.

Por supuesto, ahora hacer lámparas con obsolescencia planificada no es un buen negocio, porque las lámparas son de su propiedad.



Foto del aeropuerto de Schiphol, funcionando en el modelo de iluminación como servicio.

Introducción

Hoy, centenares de empresas han seguido el mismo concepto para innovar sus negocios.

Para las empresas establecidas, las innovaciones disruptivas pueden no generar interés o pasan desapercibidas. Están fuera del radar o no valen la pena.

El Framework de Peter Diamendis identifica las 6D's de los negocios exponenciales, nos permite comprender el por qué de este fenómeno.



Entre la fase D1 y la D3 no vemos nada. Sin embargo, a partir de D3 el crecimiento es exponencial y, muchas veces, ya es muy tarde para reaccionar.

Casi siempre parece mucho más atractivo retocar el modelo de negocio actual que ya está probado, a crear algo nuevo.

Por eso John Cambers, de Cisco, predijo en 2015 que el 40% de las empresas de primera línea desaparecerían en los siguientes 10 años, incluso a pesar de sus iniciativas de innovación.

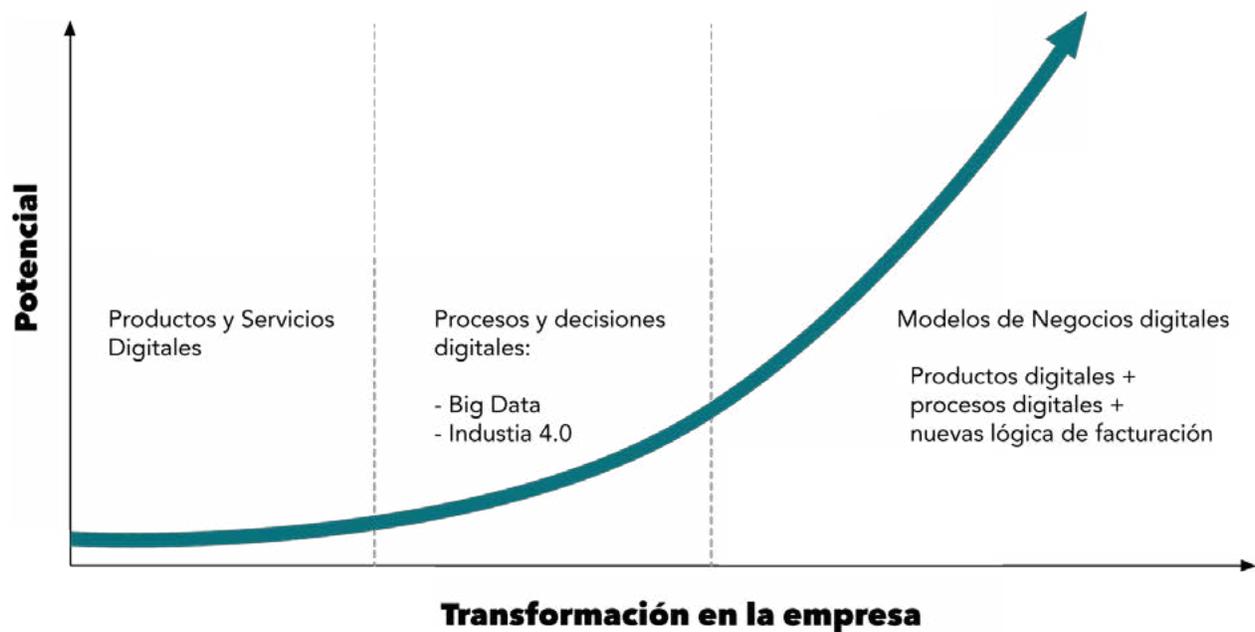
Y llevamos 4 años siendo testigos de esa realidad.

Introducción

Cómo la transformación digital está cambiando las empresas

Los niveles de digitalización se van sucediendo de manera progresiva en las empresas, en tres diferentes niveles (ver figura abajo):

1. Digitalización de productos y servicios.
2. Digitalización de procesos y decisiones.
3. Digitalización de modelos de negocio.



Fuente: Digital Disruption, Von Den Eichen, Stephan (2018)

Introducción

Los impulsores de esa evolución son: Internet de las cosas (IoT), Big Data, robótica, impresión 3D, las redes sociales, Internet móvil e internet en la nube (cloud computing).

Ahora es común encontrar productos con sensores integrados como estos:

- Robot aspirador
- Cortador de césped robotizado
- Bicicleta ergonómica digital
- Tractores con sensores
- Aparatos controladores de consumo de fluidos (nafta, pesticidas)
- Zapatillas de atletismo

Estos productos generan datos y esos datos pueden ser registrados, y las mejoras pueden ser acompañadas y compartidas en la comunidad (caso Nike+, por ejemplo).

Esta realidad exige, que el marketing sea completamente reinventado.

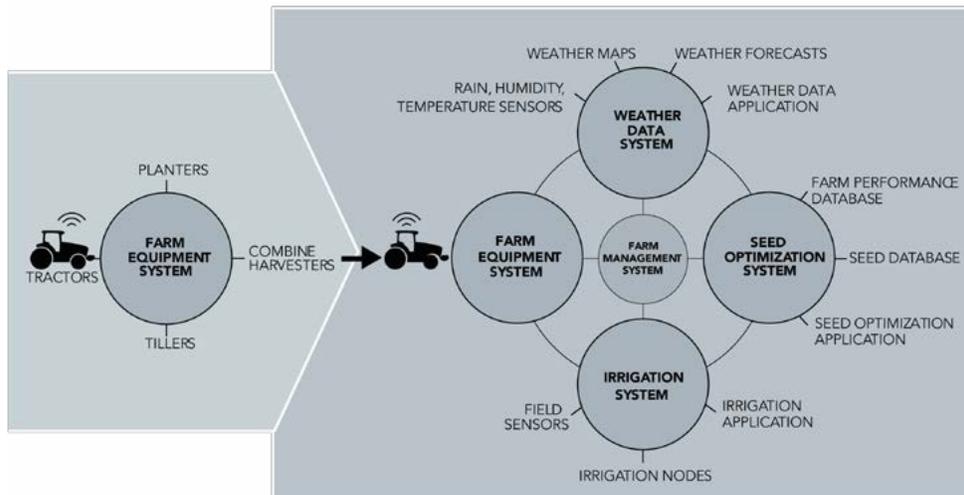
Otro nivel de la digitalización es la automatización de procesos y decisiones.

La Industria 4.0 se enfoca sobre todo en el aumento de la eficiencia. Palabras clave como: automatización, gestión de logística independiente, *predictive o remote maintenance* están relacionadas a la Industria 4.0.



Introducción

Caso John Deere: Precision farming



John Deere, una empresa norteamericana con casi 200 años de fundación, equipa sus máquinas con sensores.

El objetivo es apoyar al dueño del negocio en la administración de la flota y en la economía de combustible.

Hasta aquí John Deere estaría en la primera fase de la transformación digital. Pero el Big Data es capaz de mucho más.

Combina datos en tiempo real sobre meteorología, condiciones del suelo y propiedades de las plantas.

Aplicando la agricultura de precisión (*Precision Farming*), con fertilización en la medida justa, aplicación exacta de pesticidas, herbicidas y la irrigación correcta se logran aumentos impresionantes de productividad.

El aumento de eficiencia y la reducción de costos, sin embargo, son medidas defensivas. Son necesarias, pero no suficientes para garantizar la competitividad de la empresa en el futuro.

Por tal razón, la digitación de los productos y la digitalización de los procesos no son suficientes para garantizar la competitividad de la empresa en el futuro.

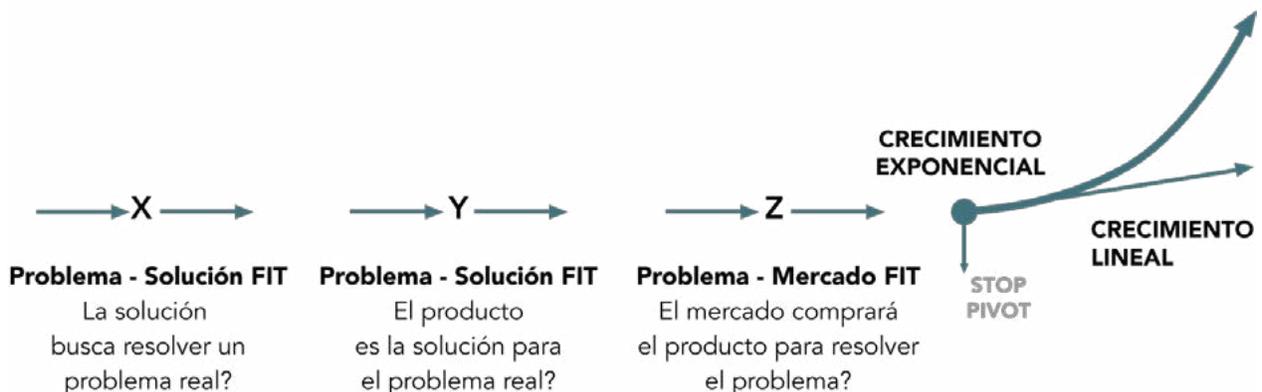
Introducción

Qué hacer para disminuir los riesgos y maximizar las oportunidades

Si bien no existe una fórmula consagrada para disminuir los riesgos, el análisis del modelo de pensamiento de las startups (los "jóvenes" que están en un garaje pensando cómo van a destruir grandes empresas), permite saber exactamente qué hacer para disminuir los riesgos y maximizar las oportunidades.

Una definición de startup es: "una organización temporal cuyo objetivo es comprobar una hipótesis y construir un modelo de negocio escalable."

El modo mental de un equipo en una startup funciona con una máxima: "probar rápido, error rápido, ajustar rápido, probar de nuevo y..."



Por eso, algunos modelos de innovación digital en empresas establecidas incorporan en sus equipos ese modelo mental, aprenden agilismo, design sprint (prototipado en 4-5 días). Otras, invierten en startups que seleccionan porque saben que dentro de la empresa tal vez sea posible digitalizar los productos y los procesos, pero difícilmente innovarán su modelo de negocio.

Introducción

Caso Fábricas Nacionales de Cerveza: Espacios de Innovación



Fábricas Nacionales de Cerveza (Uruguay), fundada en 1866 impulsa espacios de innovación de origen externo a la empresa y publica esa novedad en LinkedIn.

Estrategia y Tecnología



Los métodos operan como una especie de recetas. Tienden a disminuir la incertidumbre, siguiendo un camino probado por otros.

En los próximos tres capítulos veremos en 6 claves, los componentes del método que llevará tu negocio a buen puerto, navegando en el agitado mar de los entornos VUCA: Volátiles, Inciertos, Complejos y Ambiguos, por sus siglas en inglés.



Clave 01:

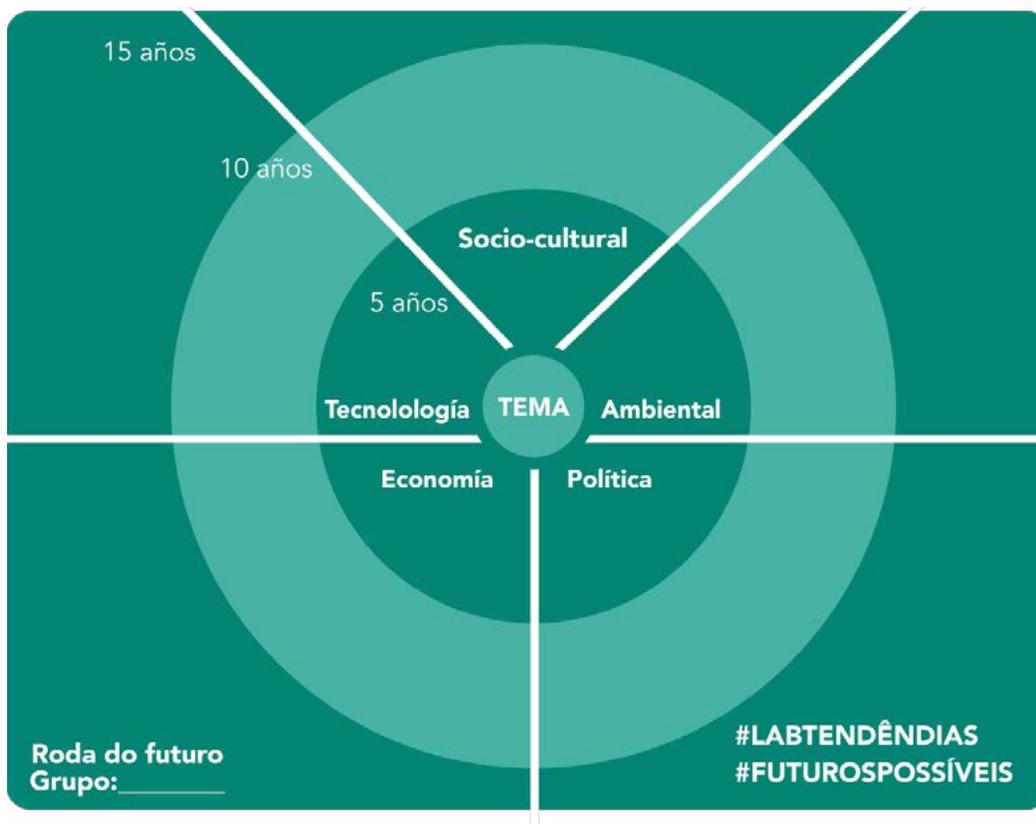
Imagina Futuros Posibles para promover la innovación digital

Llamamos a esta etapa **Imaginando Futuros**, siguiendo metodologías probadas por unidades de investigación de futuro relacionadas con las industrias del Estado de Río de Janeiro, Brasil que a su vez se basan en modelos suficientemente probados en EEUU.

1.1. Fase I: Identificar los futuros

Hemos ayudado a imaginar futuros que permitan a las organizaciones superar las fases iniciales de la digitalización y las lleven a imaginar los escenarios donde prosperarán con modelos de negocios innovadores.

Mapear, Analizar, Conectar, Imaginar y Cuantificar los impactos y la acción necesaria, son las etapas por las cuales los equipos pasan en workshops intensos en búsqueda de información, en una experiencia de análisis de datos con mucha creatividad.





Clave 01:

Imagina Futuros Posibles para promover la innovación digital

Esta herramienta es una de las usadas en la fase de Impactos. (Fuente: Unidade de Pesquisa FIRJAN, Rio de Janeiro, Brasil)

Luego de identificar los escenarios elegidos, pasamos a identificar el o los modelos de negocio que permitirán generar valor de forma única con una lógica de facturación singular.

1.2. Fase II: Identificar los modelos de negocio futuros

La identificación de los modelos de negocio futuros, se logra respondiendo una secuencia de interrogantes, alrededor de componentes como:

1. Posicionamiento	¿Quiénes son nuestros clientes target? ¿Cuál es nuestra propuesta de valor singular?
2. Lógica de Oferta	¿Con cuáles ofertas implementamos nuestro posicionamiento? ¿Cuál es el valor agregado creado por nuestras ofertas para el cliente? ¿Cómo nuestras ofertas se diferencian de las de la competencia de manera sustentable?
3. Cadena de agregación de valor	¿Cuáles son nuestras competencias centrales? ¿Cuáles son nuestros procesos centrales? ¿Qué es "core" y qué es "no-core"?
4. Lógica de marketing	¿Cómo conseguimos/fidelizamos clientes? ¿Cómo llegamos a los clientes? ¿Cómo mantenemos nuestros clientes?
5. Lógica de facturación	¿Cómo funciona nuestra lógica de facturación? ¿Cuáles son nuestras fuentes de ingresos? ¿Cómo es nuestra estructura de costos?

Componentes de un Modelo de Negocio. Fuente: Von Den Eichen, Stephan

Todo este proceso de descubrimiento es altamente recomendado hacerlo con contribuciones externas y de *open Innovation*.



Clave 01:

Imagina Futuros Posibles para promover la innovación digital

1.3. Fase III: Identificar la plataforma

Una plataforma es un tipo de modelo de negocio, un tipo de lógica de creación de valor y captura de valor que tiene una virtud: es escalable y se beneficia del “efecto network”.

Los mercados han existido durante milenios, y aunque las propiedades de las plataformas nos parecen nuevas, no lo son.

En tanto que las empresas de productos, como las minas de diamantes, protegen sus ganancias con barreras de entrada, las empresas de plataforma obtienen ganancias al facilitar la entrada, de conductores y clientes en Uber o tiendas de comerciantes en Alibaba o incluso competidores en Amazon.

Los límites del mercado se desdibujan y surgen nuevos caminos hacia la supremacía. Los pioneros que van desde Amazon a Uber y desde Airbnb a Rappi están afectando a las industrias: minorista, de salud, inmobiliaria, delivery urbano, banca, alojamiento, acero, y mercados laborales.

Las empresas predominantes hoy deben lidiar con la predicción del cambio (estudiar el futuro e imaginar los escenarios) y la comprensión de los modelos de negocios de la red, para configurar sus propias estrategias de plataforma.

La comprensión y la estrategia comienzan con una nueva lógica.

En los últimos dos años, el impacto de las “plataformas” ha sido ampliamente discutido desde numerosos ángulos, a medida que las empresas comprenden que alcanzarán el éxito dependiendo de su habilidad para cautivar a terceros y conectarlos entre ellos mediante interacciones creativas.

Existe también la necesidad de entender la diferencia entre la creación de valor de un producto y la de una plataforma.

Una buena manera de comenzar un proceso de diseño de plataforma es utilizando el canvas “Mapeo del Ecosistema”, que es el primero de nuestro set de herramientas del Workshop Diseño de Plataformas.



Clave 01:

Imagina Futuros Posibles para promover la innovación digital

Mapeo del Ecosistema

Kit de Herramientas de Diseño de la Plataforma 2.1

Interesados Externos

Entidades que tienen interés específico en el éxito o fracaso de la plataforma, en su regulación o en el ejercicio de derechos en el comando de la plataforma: Actores u organismos públicos relacionados con el control y regulación de plataformas a nivel local, representantes de colegas y socios implicados en la creación de valor, instituciones preexistentes.



Este trabajo es supervisado bajo la licencia de Creative Commons Attribution-Share alike 3.0. Para ver una copia de esta licencia, visite: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco. Diseñado por: Strategyzer AG. Creadores de Generación de Modelo de Negocio y Strategyzer. Traducido para el español por: Babel-Team Ltda.

Capítulo 1. Estrategia y Tecnología



Clave 02:

Integra las tecnologías emergentes a tu modelo de negocios

TECNOLOGÍA: conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y la satisfacción de las necesidades esenciales y de los deseos de la humanidad.

Durante el proceso de descubrimiento de futuros, es crítico saber cómo buscar, a través de fuentes confiables, entre los millares de tecnologías emergentes y para ello deberías:

- Seguir un método de investigación que asegure la identificación de tecnologías cuando ellas emerjan.
- Realizar la evaluación periódica de los niveles de preparación (readiness) de la tecnología para medir las tasas de cambio.
- Rastrear las tecnologías en múltiples industrias, no sólo en la industria donde la empresa opera.
- Identificar el material de apoyo proveniente de fuentes relevantes, startups e instituciones académicas relacionadas.

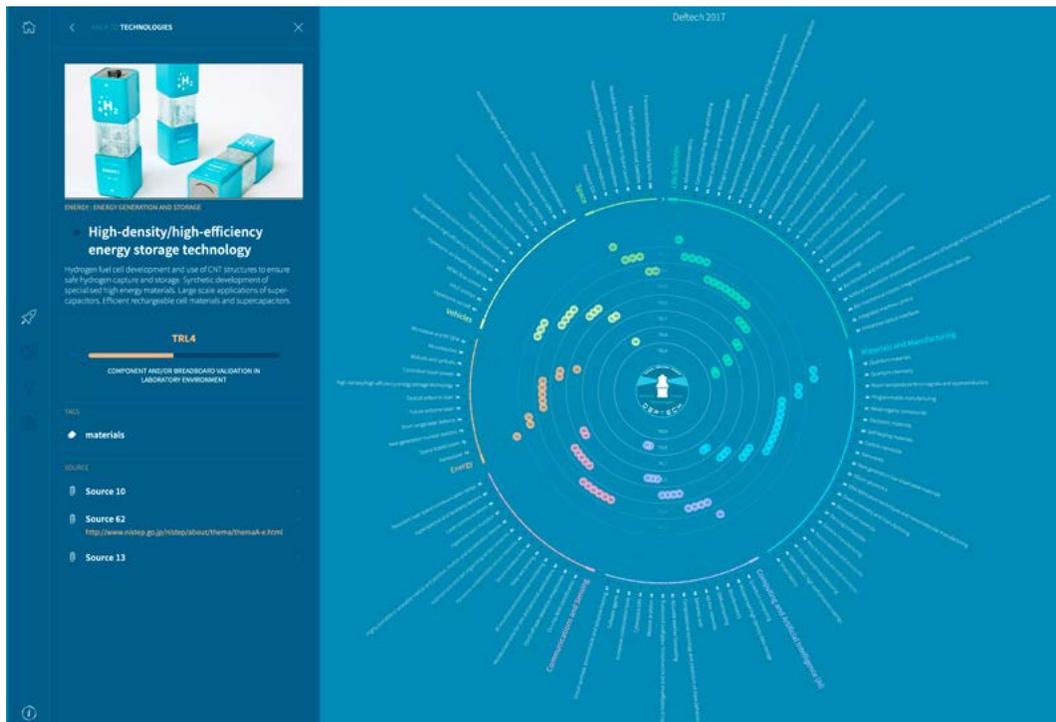
Un ejemplo de cómo hacerlo, es usando Technology Mapping, que no es más que el mapeo tecnológico con enfoque sistémico, basado en la noción de cobertura de gráficos.

Capítulo 1. Estrategia y Tecnología



Clave 02:

Integra las tecnologías emergentes a tu modelo de negocios



Mapeo de Tecnología en el área de Agricultura y Bioingeniería Fuente: Envisioning, Brasil (2019)

Existen varias fuentes a las cuales Babel-Team y PWG apelan para ayudar sus clientes a encontrar y mantenerse actualizado en relación a tecnologías emergentes, identificar el grado de prontitud y la sustentabilidad de las mismas. Vea, por ejemplo: Science Direct en www.sciencedirect.com/

Cientes y Relacionamiento



Una vez has redefinido el modelo de tu negocio, debes ocuparte de asegurar el encaje de tu nueva oferta de valor con el mercado en el que estás participando y establecer una estrategia clara de comunicación y relacionamiento para llegar a ellos de forma efectiva.

A continuación te presentamos de forma detallada dos aspectos esenciales para que puedas implementarla en tu negocio.



Clave 03:

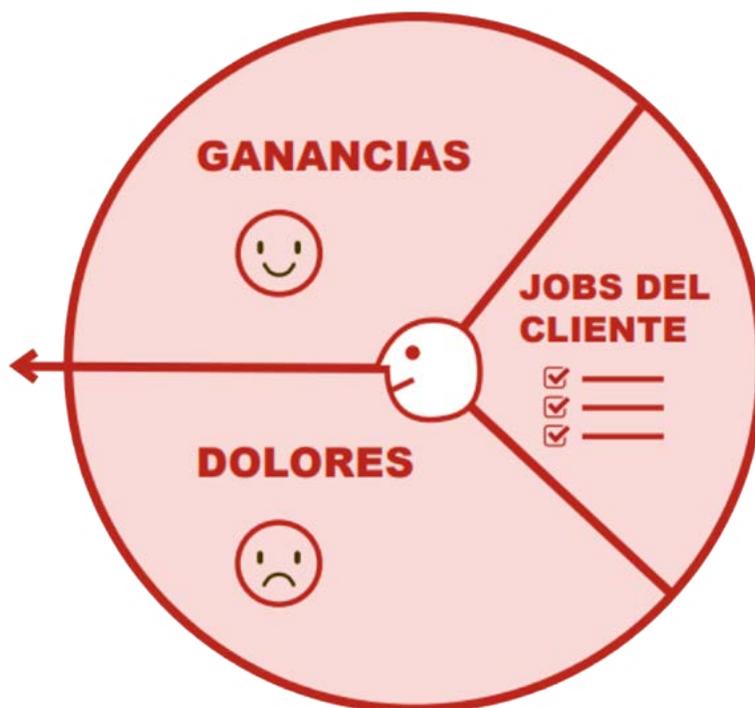
Conecta con los clientes para el nuevo enfoque de tu negocio

Un cambio en el foco del negocio como vimos en la etapa **Imaginando Futuros**, indefectiblemente obliga a repensar la conexión de la empresa con los clientes.

Adicionalmente, basta estudiar los comportamientos del consumidor para comprender que los clientes también han cambiado su forma de tomar las decisiones de compra, sean clientes empresariales o consumidores finales.

Este componente clave comprende tres fases: Identificación del Público Target o diseño del avatar, Diseño de la Propuesta de Valor y Diseño de la Jornada del Cliente.

En la Fase de **Identificación del Público Target** o diseño del avatar, es necesario identificar los Jobs (Trabajos), Dolores (Pains) y Ganancias (Gains) de tu público objetivo.





Clave 03:

Conecta con los clientes para el nuevo enfoque de tu negocio

En la Fase de **Diseño de la Propuesta de Valor**, debes asegurarte de que esta esté íntimamente relacionada con los descubrimientos realizados en la fase de Identificación del Público Objetivo.

Es necesario diseñar entonces: los productos o servicios, los aliviadores de dolor y los generadores de ganancias.



La Fase de **Diseño de la Jornada del Cliente**, es crítica para encontrar y ser encontrado por tu público objetivo.

Del diseño de tu público objetivo se derivan las distintas jornadas de los avatares, desde el momento del descubrimiento, hasta el momento en que algunos se vuelven fans de tu marca.

La Jornada del Cliente sea B2B (Business to business) o B2C (Business to consumer), es siempre una jornada de humano a humano y puede resumirse en tres grandes etapas: Atraer, Vender y Sorprender.

Capítulo 2. Clientes y Relacionamiento



Clave 03:

Conecta con los clientes para el nuevo enfoque de tu negocio



ATRAER es la primera fase de la estructura del Marketing del Ciclo de Vida. En esta fase, usted se va a concentrar en tres etapas:

- ✓ Identificar a su Cliente-objetivo
- ✓ Atraer interés
- ✓ Obtener Leads (clientes potenciales)



VENDER es la segunda fase de la estructura del Marketing del Ciclo de Vida. En ella, aprenderá a convertir seguidores en fans, concentrándose en estas etapas:

- ✓ Educar
- ✓ Ofertar
- ✓ vender



SORPRENDER es la tercera y última fase de la estructura del Marketing del Ciclo de Vida. Esta fase fue diseñada para ayudarle a crear fervientes fans y dejarlos con un gusto de "quiero más". En esta fase usted va a:

- ✓ Entregar y Sorprender
- ✓ Ofrecer más
- ✓ Obtener recomendaciones



Clave 04:

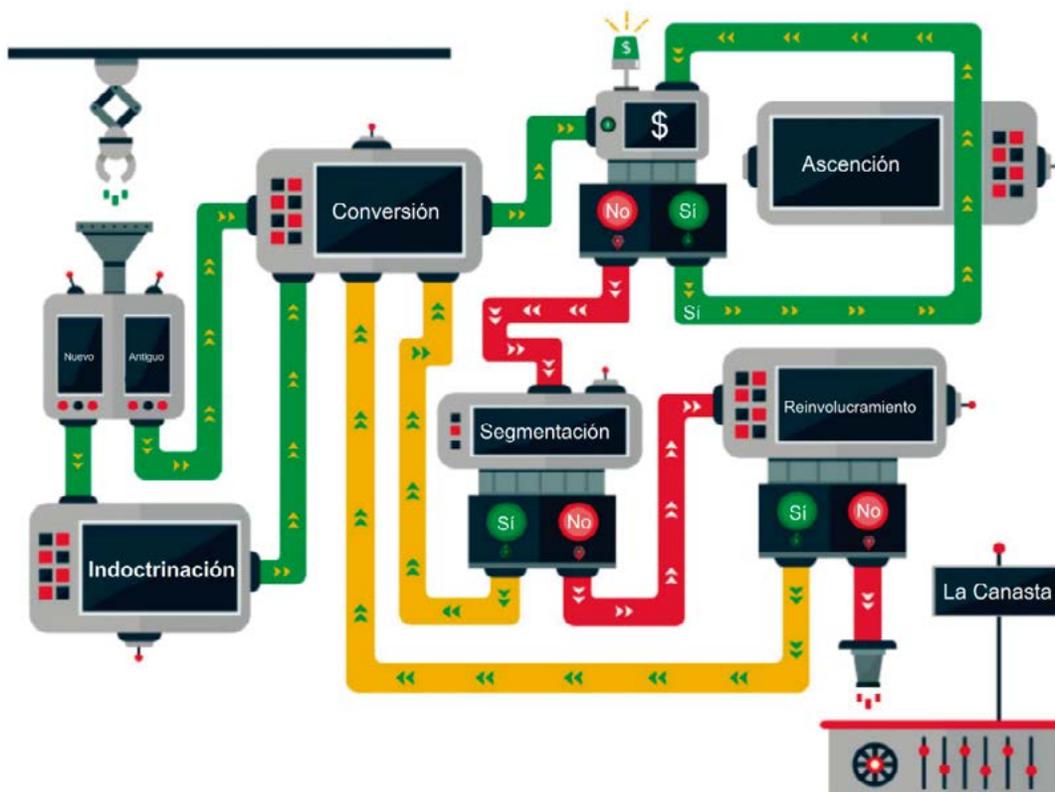
Automatiza el relacionamiento comercial con tus clientes

Automatizar la comunicación externa e interna de la empresa requiere establecer: los objetivos e indicadores, los procesos que serán automatizados, la secuencia de automatización, así como las tecnologías que serán utilizadas y el impacto en los equipos de trabajo involucrados.

Este componente requiere la configuración de tu máquina de ventas y las herramientas para automatizar el proceso de relacionamiento comercial.

Fase I: Configuración de la Máquina de Ventas B2B2C

En relación al proceso de comercialización, la expresión “Máquina de Ventas” se refiere a la posibilidad, a partir de la estrategia identificada, de crear un mecanismo altamente automatizado de ventas con tres características: que sea previsible, que sea escalable y que sea replicable.





Clave 04:

Automatiza el relacionamiento comercial con tus clientes

Fase II: Herramientas de Apoyo

Las herramientas tienen estrecha relación con las tecnologías que serán utilizadas para automatizar y monitorear tanto la comunicación como la máquina de ventas.

Cada proyecto demanda una combinación única de herramientas que pueden ir cambiando a medida que el proyecto evoluciona.

Por lo pronto, para atender esta fase debes tener claramente identificados los aplicativos y demás apoyos tecnológicos necesarios para automatizar los procesos.

Mentalidad y Cultura Digital



A la hora de crear iniciativas para triunfar en medio de la disrupción digital, usualmente estas se originan en las áreas de tecnología o de innovación, sin embargo desde allí se corre el riesgo de caer en el clásico error de no considerar el papel del ser humano en el programa.

El pilar fundamental para triunfar en medio del torbellino digital, es la capacidad de la organización para promover una sólida cultura digital que le dé sostenibilidad a cualquier iniciativa de innovación emprendida.

Promover la cultura digital, implica el cambio en el *Mindset* (mentalidad) del equipo humano, para que pueda desarrollar la agilidad necesaria, sin sacrificar la calidad y así ponerse a tono, con las exigencias de la modernidad.



Clave 05:

Digital Mindset con agilidad para crear Cultura Digital

“Digital Mindset”, es la más moderna tecnología de incorporación de rasgos culturales desarrollada por el equipo de innovación y desarrollo de PWG - Podium Worldwide Group.

Gracias a las herramientas ágiles incorporadas a la transformación humana, ahora como nunca antes, es posible generar cambios culturales en una fracción del tiempo que toma una transformación cultural con metodologías convencionales.

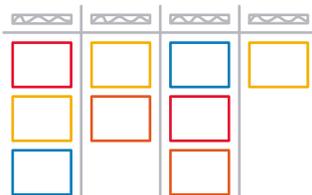
Este componente clave consiste en un ágil viaje de transformación a través de cuatro fases: Inspiración, convicción, habilidades y estilo de vida digital.

Fase I: Digital Inspiration - Pasión por lo digital

El torbellino de la disrupción digital, hace que la motivación clásica sea insuficiente para movilizar el cambio. Por esta razón es necesario **inspirar a las personas** para que acojan con pasión las propuestas de la era digital en el trabajo.



Kanban



Solo con la aplicación práctica de los principios establecidos en la Escala de Significados, lograrás detonar la pasión para aprovechar las oportunidades que ofrece la disrupción digital.

Con el apoyo de la herramienta Agile “**Kanban**”, puedes lograr la alineación de la fuente de inspiración personal (Escala de Significados), con la razón de ser del trabajo que cada individuo realiza para la organización (propósito trascendente de la empresa).

Este proceso se conoce como la “**Resignificación del Trabajo**” en la vida de cada integrante y gracias a este es posible activar la pasión por lo que hace, con inspiración y disfrute.



Clave 05:

Digital Mindset con agilidad para crear Cultura Digital

Fase II: Digital Beliefs – Creencias Digitales

El comportamiento del individuo en el lugar de trabajo está determinado por una serie de creencias que determinan la forma como interpreta las circunstancias del contexto.

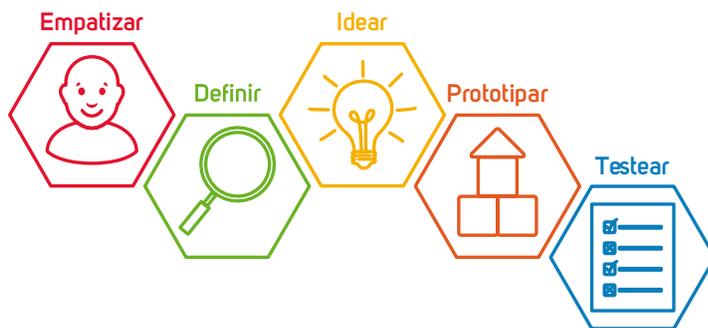
Las realidades que se derivan de la disrupción digital pueden ser interpretadas como amenazas al *status quo*, generando resistencia al cambio, o se pueden interpretar como desafíos, que te invitan a explorar tu mejor versión.



Design Thinking

Con la utilización de la herramienta Agile **“Design Thinking”**, se logra la conversión de las creencias pre-digitales limitantes, usualmente basadas en el miedo a dejar la zona de confort.

Así lograrás que la convicción sobre las maravillosas oportunidades de la era digital, se origine gracias a la creación de nuevos surcos neuronales en el cerebro, con la incorporación de las creencias digitales habilitantes.



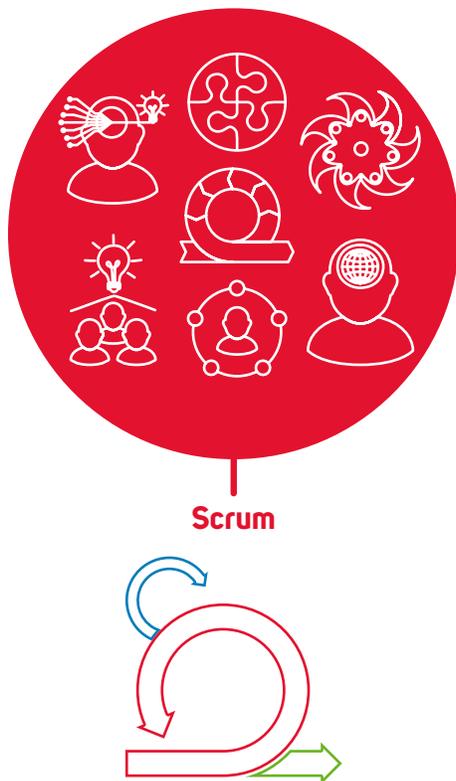


Clave 05:

Digital Mindset con agilidad para crear Cultura Digital

Fase III: Digital Skills – Habilidades Digitales

Tan pronto como el ser humano está convencido de las ventajas que ofrece la evolución digital del mundo, encontramos el terreno abonado para comenzar a desarrollar las nuevas habilidades para triunfar en este escenario.



En esta tercera fase, debes darte a la tarea de asegurar la incorporación de las habilidades digitales que tu equipo humano necesita para apoyar la cultura digital en tu negocio.

Habilidades como: la inteligencia contextual, el trabajo colaborativo, *customer xperience*, la innovación que captura valor, el liderazgo gestor de la felicidad, el agilidad con nuevas formas de trabajo y el pensamiento sistémico global, prepararán a tu equipo para la nueva realidad.

Con la herramienta Agile **"Scrum"** puedes formular innovadoras estrategias formativas, para incorporar estas nuevas habilidades en las personas, en cuestión de solo semanas.

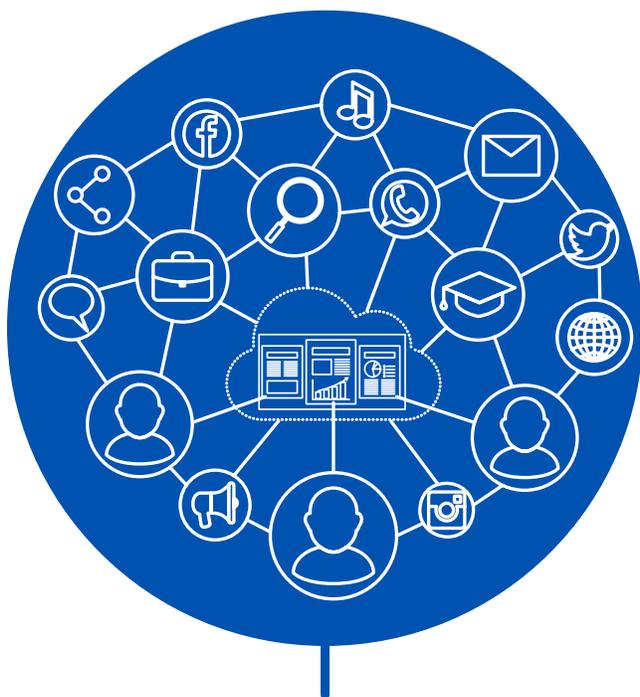


Clave 05:

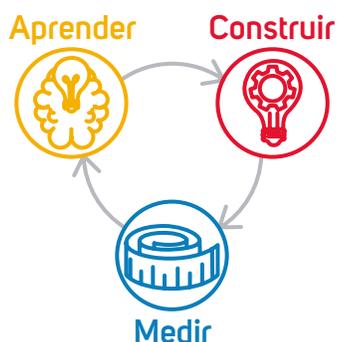
Digital Mindset con agilidad para crear Cultura Digital

Fase IV: Digital Lifestyle – Estilo de Vida Digital

La contribución plena de la persona, en la realidad que propone la disrupción tecnológica, se da en el momento en que su estilo de vida es 100% digital.



Lean Start-Up



Pensar, sentir y actuar en modo digital, es el resultado de un cuidadoso programa de *digital mindset* para actualizar el “chip predigital” hasta convertirlo en un procesador de última generación.

El desarrollo de las nuevas competencias, implica la adopción de nuevos rituales que evidencien las distinciones digitales en su forma de actuar, de manera que se incorporen a su estilo de vida cotidiano.

Para lograrlo, basta con utilizar la herramienta Agile **“Lean Star-Up”** y crear los experimentos que logren hackear la cultura predigital, reforzando y reorientando la gestión para garantizar su permanencia.

¿Cómo recorrer el camino y triunfar en la disrupción digital?



El ánimo de los autores no es entregarte una receta infalible que te asegure el éxito en medio de los escenarios derivados de la disrupción digital. En realidad no creemos en fórmulas mágicas ni en verdades reveladas.

No obstante, por formación profesional y por experiencia empresarial, somos convencidos de la utilidad que representan las hojas de ruta o **“Roadmaps”** a la hora de transitar con éxito, en entornos desconocidos.

Por tal razón, en este capítulo final te brindamos una hoja de ruta con la secuencia de los 8 pasos que pueden señalarte el camino para triunfar con tu negocio en medio de la disrupción digital que vivimos.

Capítulo 4. ¿Cómo recorrer el camino...?



Clave 06:

La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital

La hoja de ruta que te presentamos, no pretende ser la única o la mejor guía para triunfar en los entornos VUCA de los que hablamos antes.

Sin embargo, este roadmap responde a experiencias prácticas que han sido comprobadas y validadas por los clientes de nuestras firmas de consultoría.

Con ello queremos dejarte saber que no se trata de un desarrollo hipotético o conceptual, de cómo triunfar en medio de la disrupción digital.

De hecho, el **“Digital Evolution Roadmap”** es la primera guía para la acción que integra de forma sistémica los tres pilares para triunfar de los que hablamos al inicio de esta obra: Estrategia – Tecnología – Cultura.

A continuación, desplegaremos la secuencia de 8 pasos, no sin antes advertirte que la efectividad del impacto, está determinada por el orden en que la secuencia es presentada.

Cualquier libre interpretación de esta hoja de ruta, es decir, cualquier cambio en la secuencia o en la naturaleza de los componentes, incorpora variables que no están validadas por nuestras firmas, por tanto está fuera de nuestro alcance prever las consecuencias.

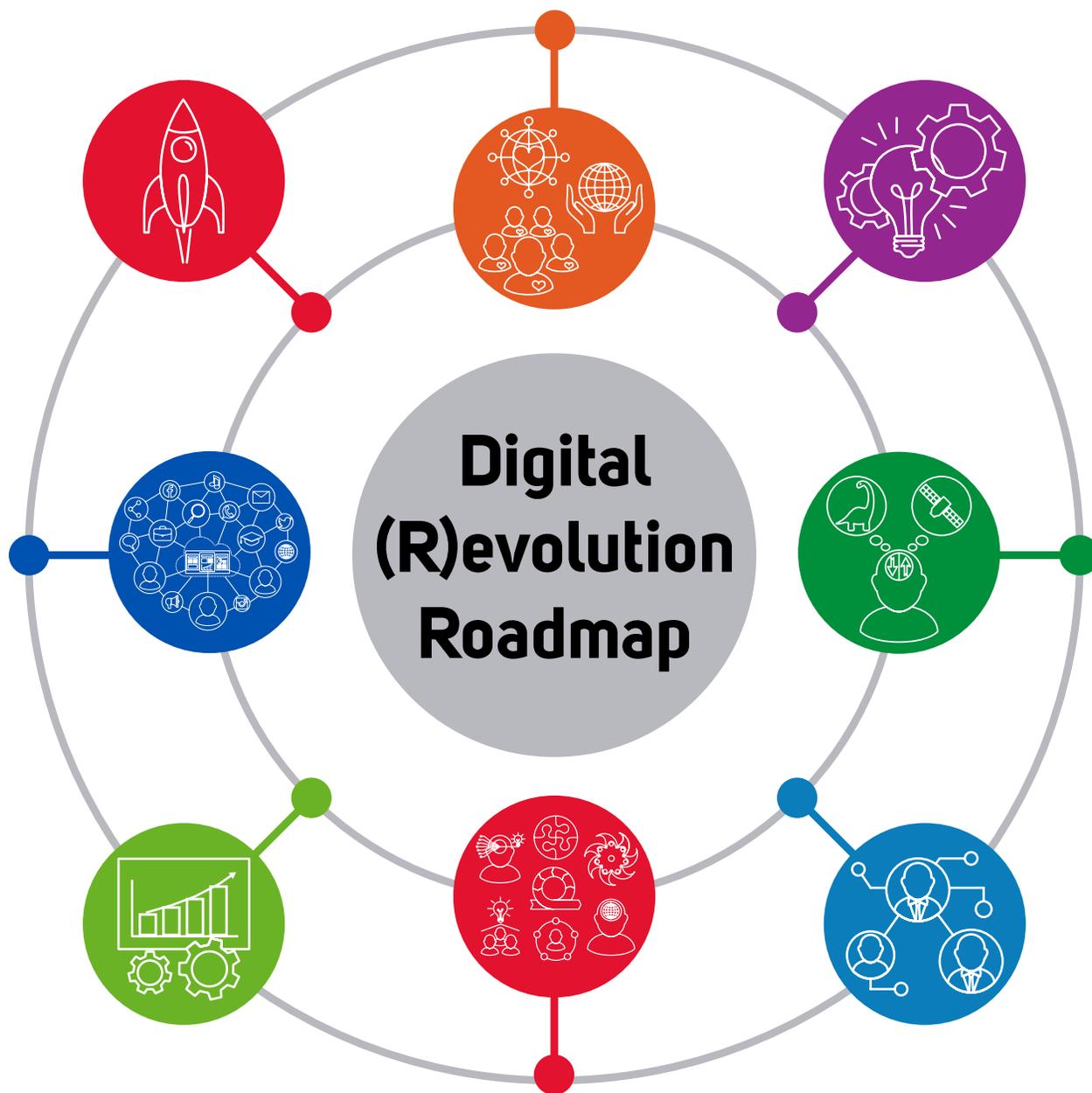
Así las cosas, te recomendamos seguir la secuencia propuesta con la certeza de los resultados positivos que te esperan a lo largo del camino, gracias al Digital Evolution Roadmap.

Capítulo 4. ¿Cómo recorrer el camino...?



Clave 06:

La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital



Hoja de Ruta para la Transformación Digital de los Negocios



Clave 06:

La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital



Paso 1. Inspiración digital

El primer paso siempre será preparar al equipo humano involucrado para que entregue su mejor esfuerzo en pro de la iniciativa de evolución digital que tu empresa desea llevar a cabo.

Detonar la inspiración en tu gente es el paso correcto, antes de definir una estrategia o de incorporar una nueva tecnología.



Paso 2. Reformulación de tu modelo de negocios

Con el equipo humano dispuesto a dar lo mejor, puedes iniciar el proceso de construcción de futuros con las metodologías ágiles, aprovechando el talento de tu gente.

De la misma forma, en este paso has de establecer las tecnologías que debes incorporar para hacer viable el nuevo modelo de negocio que definiste en la reformulación de tu futuro empresarial.



Clave 06:

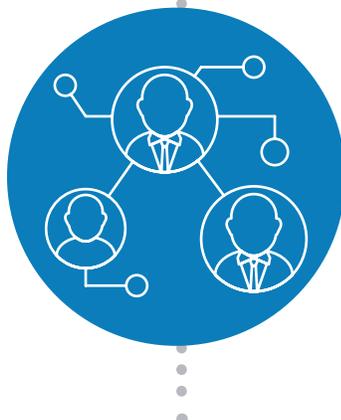
La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital



Paso 3. Convicción digital

A medida que avanzas en el rediseño organizacional para darle cabida a la nueva estrategia, debes intervenir la mentalidad de tu equipo de trabajo, para generar la convicción en los beneficios del nuevo escenario.

En este punto es clave asegurarse de crear las evidencias claras que permitan transformar las creencias pre-digitales limitantes, en sólidas creencias digitales habilitantes.



Paso 4. Reconexión con tus clientes

Ahora que tienes claridad en el futuro de tu negocio y gente convencida de que pueden dar su mejor esfuerzo para hacerlo posible, es momento de ocuparse de tus clientes.

En este punto es clave definir las características precisas de tu Avatar, de la misma forma que asegurar el ajuste entre sus necesidades y tu oferta de valor, además de trazar el *Customer Journey Map* para crear la mejor experiencia.



Clave 06:

La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital



Paso 5. Habilidades digitales

Ya tienes todo el escenario listo para triunfar en tu propósito de evolucionar tu negocio en el entorno digital, convirtiéndolo en lo que deseas para el futuro.

Es justo el momento de asegurarte de que tu equipo de trabajo está incorporando de forma ágil y progresiva, las habilidades necesarias para triunfar en el nuevo contexto derivado de la disrupción digital.



Paso 6. Automatización del relacionamiento

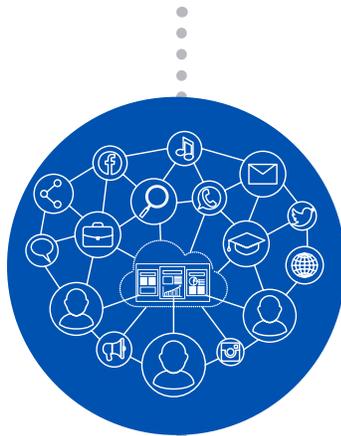
El mayor impacto en tus clientes es lo que debes cultivar de forma consistente para lograr el posicionamiento, la autoridad y la atracción necesaria para generar negocios.

En este paso del *roadmap*, debes enfocar tus esfuerzos de automatización tanto de la comunicación, como de los procesos asociados a la experiencia de tu cliente, de forma que conquistes su corazón, asegurando tu rentabilidad.



Clave 06:

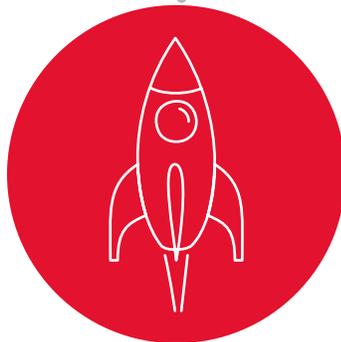
La hoja de ruta para triunfar, en medio de la disrupción digital



Paso 7. Estilo de vida digital

Con la fundamentación presentada en esta obra, ya has comprendido que la transformación digital tiene más desafíos culturales que tecnológicos para alcanzar el éxito.

En este punto de progreso en la evolución digital de tu empresa, se hace necesario que los avances alcanzados se consoliden y para ello debes asegurarte de que tu gente esté desarrollando un estilo de vida 100% digital.



Paso 8. Haz suceder el futuro

Ahora estás completamente preparado para que ese futuro digital tan anhelado se haga realidad. Ya cuentas con la estrategia, la tecnología y la cultura correcta.

Culmina este recorrido de transformación estableciendo las métricas necesarias, la estrategia de continuidad y el sistema de acompañamiento requerido para asegurar que el futuro creado se convierta en una estrategia sostenible.

Sobre los Autores

Jorge Aldrovandi | Babel-Team

Jorge es empresario.

Comenzó su formación en Administración en la Universidad de la República Oriental del Uruguay y abandonó la misma después de 3 años.

Fundó su primer negocio en Internet en 1998 y vendió el mismo en USD 500.00,00 en 2002.

Director y co-fundador de Babel-Team en 2006, Jorge se define con un líder provocador de su equipo basado en Rio de Janeiro, Brasil.

Curioso, eterno buscador de zonas de incomodidad, emprendedor, ha pivotado el foco de su empresa cada vez con más frecuencia, sin abandonar nunca su propósito de ser un provocador de innovación digital.

Consultor, ha transferido a su equipo joven los más modernos conceptos y métodos destinados todos a hacer suceder la innovación. Como siempre Jorge dice, *"descubrir lo nuevo es mi pasión, pero hacer suceder es lo que me saca de la cama todos los días, bien temprano."*



Sobre los Autores

César Lozano | Podium Worldwide Group

Ingeniero Industrial, con estudios de especialización en Recursos Humanos de la Universidad de California y en Finanzas en la Universidad Eafit.

Por más de 25 años ha actuado como entrenador de líderes corporativos, apoyando a millares de ejecutivos hispanos en USA y Latam, en desarrollo de su liderazgo y habilidades gerenciales. Autoridad hispana en Liderazgo de nivel 7, el de los Líderes GEFES (Gestores de la Felicidad).

Prolífico autor de libros y programas de video entrenamiento en Liderazgo Personal, Liderazgo Corporativo, Customer Xperience y Emprendimiento Digital.

Se ha destacado por su habilidad para promover transformaciones profundas en los participantes de sus programas de entrenamiento.

“Disfruto ayudando a los líderes corporativos a resignificar el trabajo en la era digital, de forma que ellos y los equipos que dirigen alcancen resultados sorprendentes, disfrutando los desafíos de la Industria 4.0”.



Cómo Contactarnos



Babel-Team es una empresa de consultoría estratégica en innovación digital con base en Rio de Janeiro, Brasil.

Desde 2006 ayuda centenas de empresas y emprendedores a llevar sus negocios al mundo digital.

Desde 2016, el foco de Babel-Team se radicalizó por la creciente percepción de que la Disrupción Digital, a la misma vez que crea increíbles oportunidades también es impiedosa con quien no abraza el Mindset innovador y, una vez hecho eso, poner liderazgo, talento y energía en hacer suceder.

Más información en: www.babelteam.com/es/



Capital Humano, Agilismo y Transformación Digital

Podium Worldwide Group - PWG es una organización de consultoría fundada en 1996 en Colombia, con oficinas en Orlando, USA desde donde atendemos clientes en todo el continente americano.

Desde Medellín, primera ciudad hispana con Centro de la 4ª. Revolución Industrial, promovido por el Foro Económico Mundial, ayudamos a las organizaciones latinas en sus procesos de evolución digital, con metodologías ágiles aplicadas a la generación de la Cultura Digital necesaria para triunfar en la Industria 4.0.

Puedes contactarnos a través del formulario en: www.PWG.com.co

Visita nuestro sitio web y descarga los obsequios que te hemos preparado para que puedas desarrollar tu capital humano.

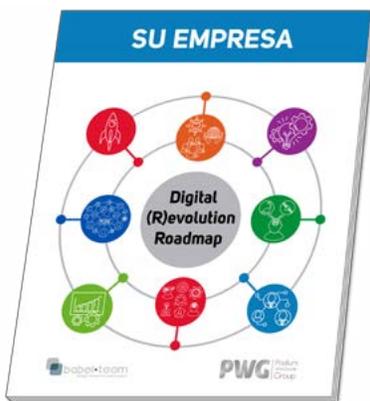
DIGITAL (R)EVOLUTION ROADMAP

Su Consulta Personalizada



Ayudándole a construir el futuro

Innovar es un desafío que requiere un **Mapa de Ruta claro, preciso y comprobado**. Únase a los especialistas que crearon el Digital (R)evolution Roadmap, un plan de acción para disminuir los riesgos y descubrir su nuevo modelo de negocio.



- ✓ 1 hora de **Consultoría** con los creadores del Digital (R)evolution Roadmap.
- ✓ 1 **Informe/diagnóstico** personalizado.
- ✓ 1 **Plan de Acción** práctico, **probado**, a su medida.

Precio Normal
~~USD \$750,00~~

Sólo para lectores de este e-book
USD \$297,00

¡Quiero mi Plan de Acción!

<https://babel.team/droff>

¿Dudas?



Babel-Team (+55) 21 99523.8095

PWG - Podium Worldwide Group (+57) 310 845.0533