

Transformación digital: los nuevos pasos de un proceso cada vez más maduro

La madurez de una digitalización vinculada a productos abre paso a tecnologías que mitigan riesgos, reducen pérdidas e impulsan los ingresos de las empresas.



Por Alba Naupas Ortega

4 de marzo de 2023

🕒 Lectura de 4 min



Las empresas peruanas ingresan a etapas más maduras de sus procesos de **transformación digital**. Ya no solo se están enfocando en automatizar procedimientos o recurrir al uso de *data* para objetivos puntuales. Hoy, están optando por otras tecnologías innovadoras para mitigar riesgos de seguridad y, además, incorporan la *data* transversalmente en todos los procesos de trabajo y toma de decisiones.

Una herramienta con creciente uso es la del *digital twin*, sistema que permite representar de manera virtual el comportamiento de un objeto, producto o proceso físico. Generalmente, las empresas peruanas usan este sistema para replicar las plantas de producción y poner a prueba sus equipos de trabajo, o para capacitar a su personal sin el riesgo que implica exponerlos a situaciones reales. "En lugar de tener errores en la máquina o en la planta y ocasionar pérdidas, este gemelo virtual te permite practicar. Puedes anticipar los riesgos en el mundo real y, de este modo, aumentar la productividad", explica Álvaro Castro, Control System Line Manager & Digital Champion de ABB Perú.

La digitalización alcanza la mitigación de riesgos para el personal en el día a día de las operaciones. Por ejemplo, como parte de su cultura de prevención de accidentes en su servicio de transporte de carga, Ransa ha implementado las pulseras *My band*. Este desarrollo tecnológico mide la calidad del sueño, tiene un sensor de fatiga y advierte al conductor sobre la posibilidad de quedarse dormido.

La consolidación de los procesos de transformación también dan paso, hoy, a la exploración de empresas peruanas en el uso de la realidad virtual. Una de ellas es Movistar, que atraviesa una etapa piloto para emplear la realidad virtual en soluciones para sus clientes, según su gerente de Transformación Digital, Javier Ríos.

La realidad aumentada, por su parte, ya se usó en el proyecto Mina Justa, de la empresa Marcobre. Por medio de gafas especiales, los especialistas pueden dar indicaciones remotas al personal que trabaja dentro de la mina. "En el Perú, hay algunas empresas que ya están teniendo estas iniciativas, sobre todo en minería. Sin duda, irá avanzando hacia las demás industrias", proyecta Castro.

Las compañías que logran consolidar su proceso digitalización dejan, poco a poco, de enfocarse en proyectos individuales para hacerlo de forma integral. Así, muchas de estas avanzan hacia convertirse en empresas *data driven*.

A Delosí tener *data* a la mano en tiempo real le permite tomar decisiones para reducir la merma de los alimentos que utiliza. "Tenemos la información de la demanda de cada tienda. Esto permite generar eficiencia en los insumos y productividad en nuestras más de 400 tiendas", explica Carla Duarte, gerente central de Estrategia y Transformación Digital de la empresa.

La tendencia, ahora, apunta a automatizar la mayor cantidad de procesos repetitivos para economizar las horas-persona. La Positiva, por ejemplo, utiliza la automatización de procesos para agilizar la gestión de comprobantes de pago de sus afiliados. "Cualquier proveedor nos envía su factura electrónica con información de toda la atención que ha recibido nuestro asegurado. Un robot recoge esa factura desde el correo que recibimos, hace las validaciones en nuestros sistemas financieros y, finalmente, almacena el comprobante para pagarle al socio", cuenta su gerente corporativo de Tecnologías de la Información, Miguel Ángel Pacora.

Alicorp, por su parte, se ha abocado en los últimos años a desarrollar nuevos productos bajo metodologías de *design thinking*, a usar *analytics* para la rotación del inventario y a emplear *big data* para segmentar a sus clientes. "Es clave poner a las personas en el centro de nuestras decisiones. [Por ello] el equipo de Transformación Digital sale a campo con el objetivo de escuchar y entender mejor lo que necesitan los clientes", dice Melissa Combe, directora de Innovación, Transformación Digital y Analítica Avanzada de Alicorp.

La digitalización no sólo está haciendo posible la creación de soluciones, sino que también impulsa los ingresos de las compañías. *Los squads* ágiles de Ransa, por citar un caso, "han generado más de US\$2 millones durante el 2022 en nuevos ingresos, eficiencias, flujo de caja y mejoras en del NPS [Net Promoter Score] de las áreas donde se desenvuelven", de acuerdo con Trinidad Camarasa, vicepresidente de Tecnología, Transformación Digital y Analítica de la empresa logística.

Tags: Digitalización, Alicorp, Delosí, inteligencia artificial, realidad virtual, transformacion digital

"Delosí tiene información en tiempo real de sus 400 tiendas para reducir la merma"

Más en Digitalización >

Digitalización

10 de diciembre de 2022
La transformación madurará en el 2023

🔖 Lectura de 5 min

Digitalización

3 de diciembre de 2022
Fundación Telefónica: "A las mypes les cuesta más entender para qué necesitan el *big data*"

🔖 Lectura de 7 min

Digitalización

18 de agosto de 2022
Las claves detrás de la transformación de un modelo de negocio: el caso de un banco peruano

🔖 Lectura de 2 min

Artículos relacionados



Digitalización

10 de diciembre de 2022
La transformación madurará en el 2023

🔖 Guardar 🕒 Lectura de 5 min



Talento y cultura

28 de septiembre de 2022
Gestión del talento en un mundo híbrido: ¿Cómo aumentar la empleabilidad de nuestros colaboradores?

🔖 Guardar 🕒 Lectura de 2 min



Banca

8 de enero de 2023
Banco de Comercio: "Ya no nos estamos enfocando netamente en nuestro esquema tradicional de agencias"

🔖 Guardar 🕒 Lectura de 5 min