

Transformación Digital

Desafíos &
Oportunidades
Centradas en
Experiencias

J.J. de la Torre, Virtus Partners
Santiago | 04 Junio 2019



J.J. De La Torre

Socio y Líder de la Práctica Digital de Virtus Partners

Top 18 Mundial en Transformación Digital

200+ Proyectos de Transformación Digital

Asesor OCDE y Naciones Unidas

Emprendedor (3), Inversor (14) y Mentor (+200)

jj.delatorre@somosvirtus.com
jjdelatorre.co

 @delatorrej



- 01. ¿Qué es Transformación Digital?**
- 02. ¿Cuál es la oportunidad y la amenaza?**
- 03. ¿Dónde se debe poner atención?**
- 04. ¿Cómo los directores lideran y apoyan la transformación?**
- 05. ¿Cómo empezar?**

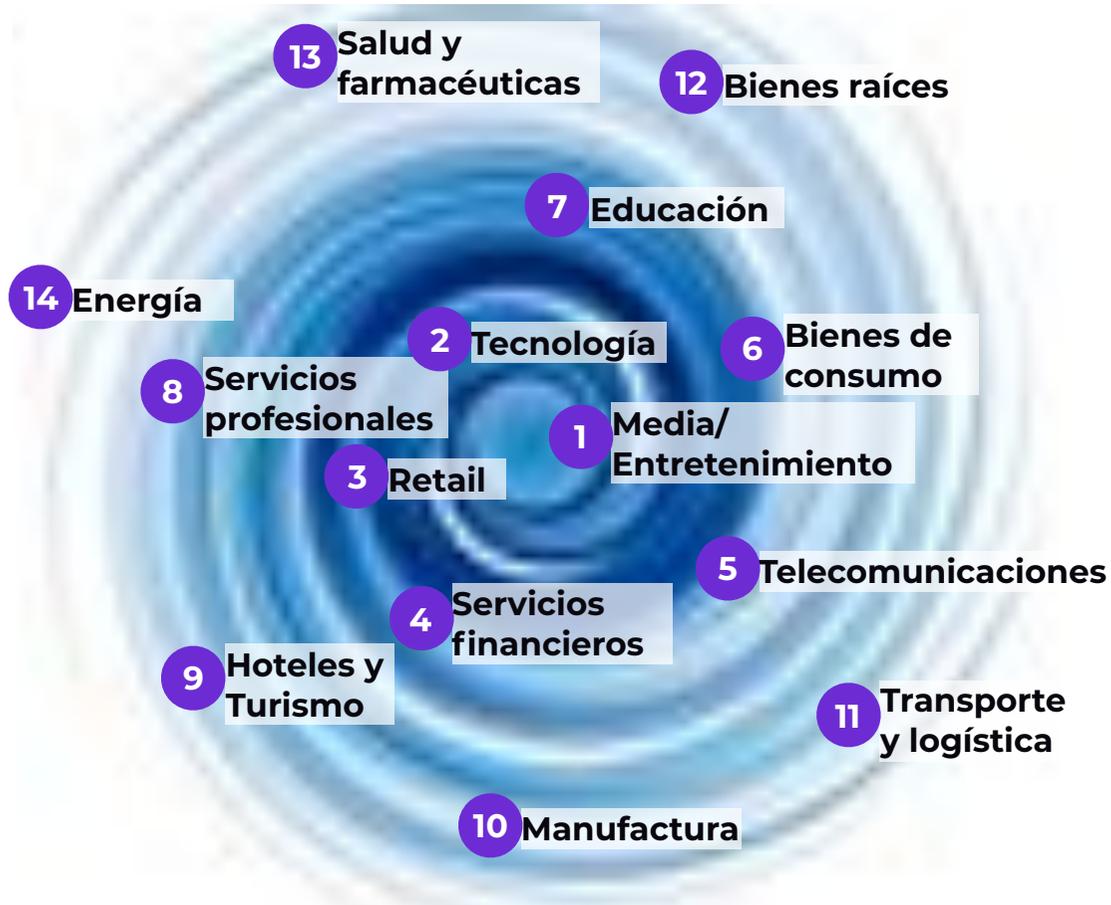
01.

¿Qué es Transformación Digital?

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

**El mundo está
cambiando, impulsado
por disrupciones en
nuevas tecnologías**

¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?



Las empresas están fascinadas y asustadas con el tema de la transformación digital

El Digital Vortex es:

- **Convergente:** todas las industrias llegan al Vortex
- **Exponencial:** la velocidad de cambio aumenta en el tiempo
- **Caótico:** no todas las industrias siguen el mismo camino, algunas pueden ir más rápido que otras (ej.: industria de los taxis)

Cercanía al Vortex (ej.: 1 más cercano)

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

¿Qué es Transformación Digital?

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

No es
Tecnología

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

No es
volcarse hacia internet

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

**Es crear una nueva
relación con Clientes y
Empleados basada en
una experiencia única**

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

Es reinventar el Core Business de un Negocio

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

**Es crear nuevos
modelos para pivotear
hacia nuevas
oportunidades**

— ¿QUÉ ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

**Es explorar y co-crear
hacia una experiencia/
estrategia**

02.

¿Cuál es la oportunidad y la amenaza?

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

**Los incumbentes
deben adaptarse y
transformarse para
sobrevivir a las
nuevas fuerzas
disruptivas**

- CONFIDENCIAL



¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

**4 organizaciones de
las top 10 perderán
su lugar durante los
próximos 5 años
producto de la
disrupción digital**

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

La disrupción digital es una oportunidad para quienes **sepan abordar la **transformación****



**KEEP CALM
CHANGE
IS COMING!**



¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

Es un Nuevo Juego!

El mundo digital esta cambiando como
experimentamos y vivimos el mundo físico

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

Disruptores Digitales. Un nuevo paradigma

Nuevas empresas están creando nuevas realidades... para todos!

9flats.com

Rethink Mobile Advertising
apprupt

airbnb

wunderkinder

aboalarm

BERGFÜRST

ResearchGate

great
content,

Picanova

mymuesli

SponsorPay™

moped

eDarling

Kreditech

HitFOX
Growing Companies & People.

Honestly

smava

reBuy.de

OUTFITTERY

sofatutor

MISTER SPEX
So kauft man Brillen heute

trivago

PRESSMATRIX

imedo.de

PAYMILL

orderbird.

goodbeans

just book!

mytaxi

waymate

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

Mientras las empresas siguen con sus “dilemas”...



Escola

Falta de Innovación



Silo

Pocos Partnerships



Agilidad

Gran Time to Market



Costo

Altos Costos



Razón

Marketing / P.R.

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

...nuevas realidades
están cambiando las expectativas
de nuestros clientes

Empresas se están enfocando
en crear experiencias únicas e
increíbles para sus clientes.

Se compite por atención!

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

El mundo ha cambiado

ACTIVOS
RELACIÓN CON EL CLIENTE
MARCAS ICÓNICAS
VISIÓN

CAMINO DEL CLIENTE
MOVILIDAD PRIMERO
OMNI-CANALIDAD

facebook.
amazon

UBER

Spotify

airbnb

¿CUÁL ES LA OPORTUNIDAD Y LA AMENAZA?

La experiencia lo es todo

Es imposible diferenciarse solamente por precio u oferta de productos

- CONFIDENCIAL



v.

03.

¿Dónde se debe poner atención?

**¿Dónde se debe poner
atención para realizar una
transformación basada en la
Experiencia?**

03. ¿Dónde se debe poner atención?

Se debe evolucionar hacia nuevos modelos de negocio disruptivos



Habilitadores de Cambio (Personas + Practicas + Procesos)

Cuando las empresas desarrollan un sistema de innovación constante, comienza la generación de ideas disruptivas y diferenciadoras



03. ¿Dónde se debe poner atención?

¿Cómo se puede desarrollar la innovación?

Apalancándose en el ecosistema

Aprovechar el ecosistema para desarrollar interacciones con servicios y/o productos que utiliza el cliente final

Especializándose

Desarrollar innovación basada en segmentos o productos

Pivoteando hacia industrias adyacentes

Explorar, desarrollar y probar innovación fuera del negocio tradicional

03. ¿Dónde se debe poner atención?

La innovación puede provenir desde distintas fuentes



Desde dentro

Transformación cultural interna
y desarrollo de intra-
emprendimientos



Desde fuera

Incorporación de fuentes
externas de innovación
apoyando e invirtiendo en ellas
apalancando el ecosistema

**Aprovechar la
creatividad interna y
apalancar el
ecosistema de la
empresa es una
fuente crucial de
innovación**

Transformación ~~Digital~~, una transformación integral

- CONFIDENCIAL

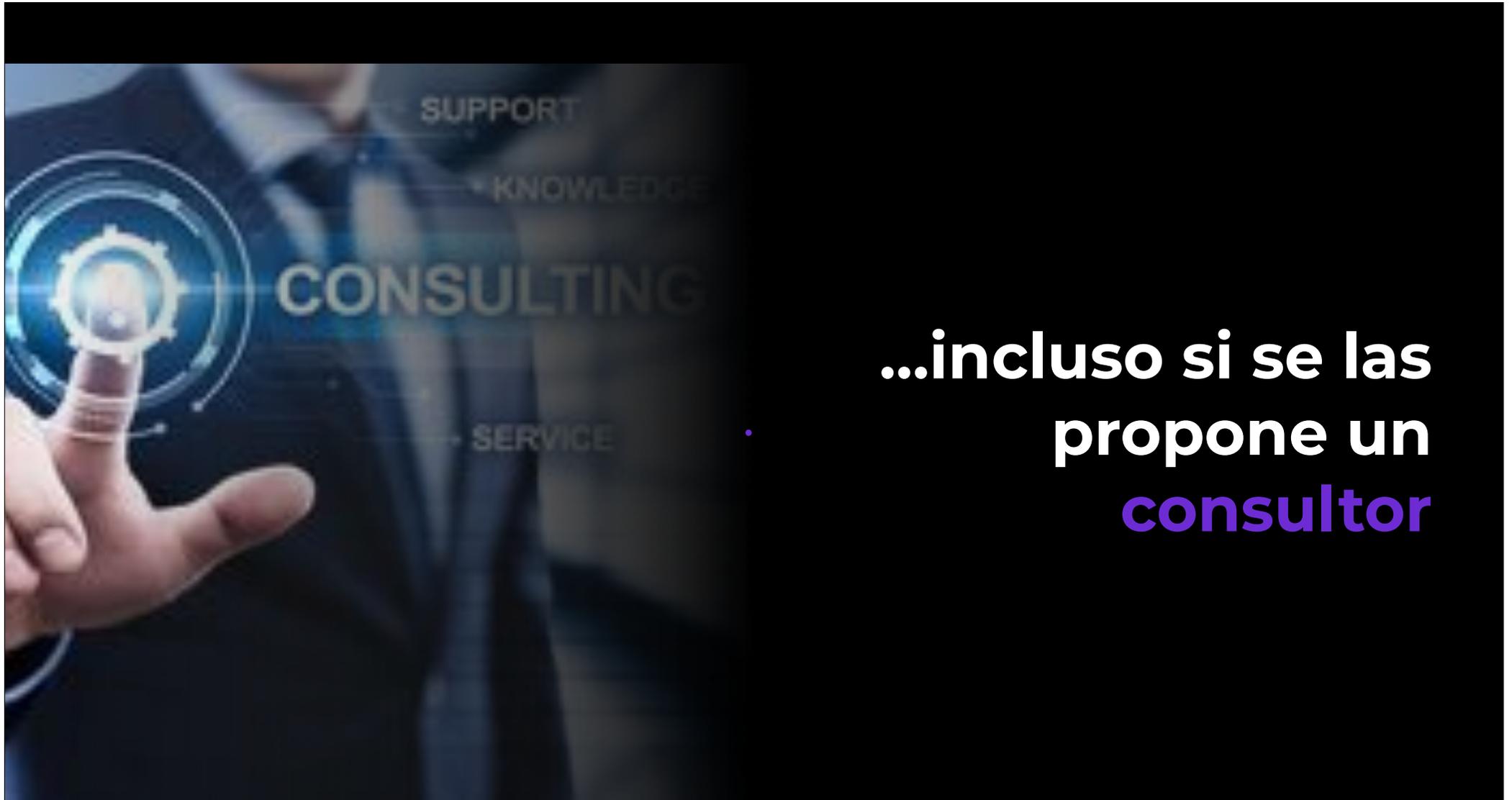
Dimensiones

-  Centro en el cliente
-  Propósito y estrategia digital
-  Organización y cultura
-  Operaciones digitales
-  Data & Analytics
-  Tecnología e infraestructura

**No crean en las
“voces de sirena” que
les prometan la
solución para
transformarse...**

- CONFIDENCIAL





**...incluso si se las
propone un
consultor**

**La transformación será
un proceso iterativo de
mucho intento y error...**

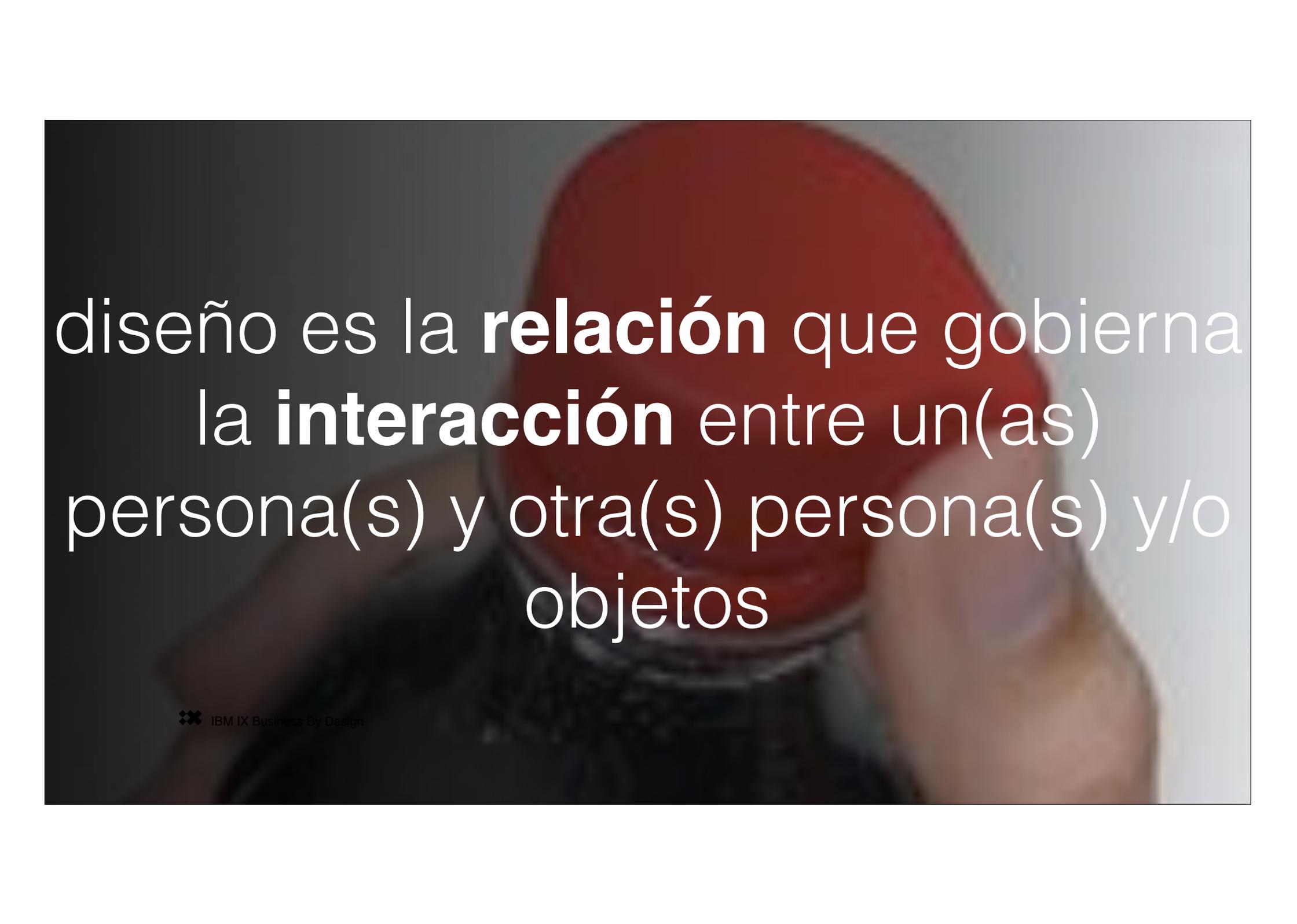
— ¿DÓNDE SE DEBE PONER ATENCIÓN?

**...lo que implicará
comenzar a trabajar de
una nueva forma, con
nuevas metodologías.**

Nuevo foco:
Todo es sobre estrategia y
experiencia
(diseño + ejecución)

EXPERIENCIA

Diseñar para crear **experiencias** memorables

A close-up photograph of a hand holding a red cap, with the text overlaid on the image.

diseño es la **relación** que gobierna
la **interacción** entre un(as)
persona(s) y otra(s) persona(s) y/o
objetos

EXPERIENCIA

Uso de **innovación** para crear **experiencias!**

🍏 iPhone **NOKIA**

EXPERIENCIA

Transformar esto:



EXPERIENCIA

En esto:



EXPERIENCIA

89%

**de las empresas creen
que la experiencia del
cliente es su principal
driver competitivo**

**en 2011, ese
número era 36%**

<1/2

**piensa que sus
capacidades de
experiencia de cliente
son mejores que la
competencia**

EXPERIENCIA

70%

**de los proyectos falla
por falta de visión del
cliente**

\$1:100

**ROI de inversión en
experiencia de cliente**

EXPERIENCIA

Innovar para crear Experiencias! Un CAMBIO de MENTALIDAD



04.

**¿Cómo los directorios lideran
y apoyan la transformación?**

50% de los directores de empresas en Chile confiesan **no saber que hacer para enfrentar los cambios**



Tanto por la **incertidumbre que les produce la disrupción como por la falta de experiencia y conocimiento** para apoyar estos procesos



Pocos saben cómo ser **proactivos y efectivos** al respecto

La brecha en Chile es importante, existiendo una gran oportunidad **para los que aborden la disrupción**

56% de los directores considera que su Directorio **NO TIENE la
complementariedad adecuada y requerida** para cumplir los objetivos
estratégicos de la compañía

85% de los directores son
mayores a 50 años

47% de los directores son
mayores a 60 años

**¿Cuántos de los que están
acá han visitado a
disruptores digitales de su
industria?**

**¿Cuántos han visitado
disruptores digitales en
China?**

¿Y en Silicon Valley?

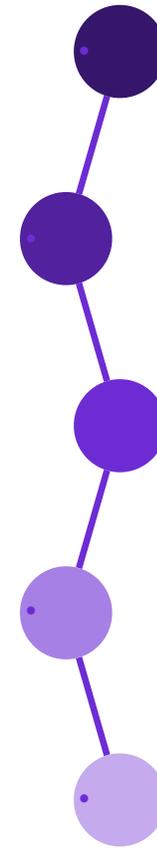
**¿Cuántos han visitado
disruptores digitales en
China?**

¿Y en Silicon Valley?

Los directorios deben ser un elemento disruptor, con foco en cambiar las cosas

- CONFIDENCIAL

Para esto, el Directorio debe:

- 
- Crear su **capacidad de disrupción**
 - Fortalecer su **capacidad de mirar en el largo plazo**, balanceando la mirada de corto plazo
 - Cambiar su mentalidad, desde una con foco en el control, auditoría y compliance **a una de prueba y error**
 - **Involucrarse en las áreas de exploración** (interna o externa) de forma explícita, entendiendo las apuestas que se están haciendo, la necesidad y la gente involucrada
 - Asegurar la **inclusión de estos temas en la agenda de la Administración y del propio Directorio** de forma formal

05.

¿Cómo seguimos?

A blurred background image showing two men in a meeting. One man is on the left, looking towards the other man on the right. They appear to be in a professional setting, possibly a conference room or office. The text is overlaid on this image.

“Para el 2020, 89% de los negocios competirá **SOLO** en **Experiencia de Cliente.**”

EXPERIENCIA

**63% de los clientes están
dispuestos a pagar más por
una “experiencia”**

A través de segmentos, incluso los más bajos

Nunca ha habido un mejor momento para innovar y evolucionar

(en parte gracias a la
transformación digital)

EXPERIENCIA

Invertir en diseño es crucial

**En 2 años, una inversión de \$10,000 en diseño
habrá generado un retorno de 250%**

EXPERIENCIA

Diseñar para crear **experiencias** memorables

Punto de Partida

Transformacion Digital es una realidad. Que harás al respecto?

1

Tu **expertise** es mas valioso que nunca.

2

Tus **datos** serán tu activo mas valioso por sobre todo.

3

Estas tomando decisiones de **plataformas** (lo quieras o no).



Transformación del core

Reflexión disruptiva

- Desafiar el negocio existente y plantear escenarios de disrupción
- Co-construir una visión más allá de la experiencia del producto o servicio que se ofrece, identificando capacidades y *enablers* clave



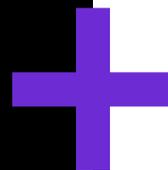
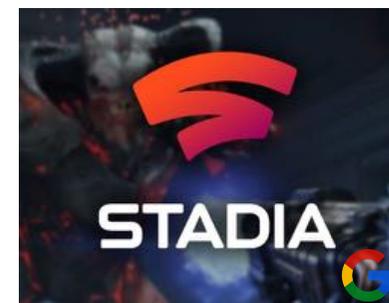
VOLT



Reinvención adyacente

Explorar lo nuevo

- Enfoque en explorar nuevas oportunidades de innovación centradas en los clientes
- Priorización de principales oportunidades e identificación de posibles iniciativas
- Ideas de alto riesgo que el día de mañana serán el centro del negocio



Innovacion -> Diseño -> Experiencia

$$6x_2 - 2x_3 + x_4 = 7$$

$$2x_3 - 3x_4 = 13$$



**¿Estás Invirtiendo en
Crear Experiencias?**

Gracias.

J.J de la Torre

jj.delatorre@somosvirtus.com