

SALA BAÑO

Nº 227 2023 # DECORACIÓN

EN PORTADA: GENEBRE

ESPECIAL: LAVABOS Y ENCIMERAS

FOCUS: SIEGER DESIGN

TENDENCIAS: EL NUEVO MINIMALISMO



GRIFERÍA KORAL
Monomando de lavabo empotrado
www.genebre.es

MARKETING

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: ¿PREPARADO PARA EL CAMBIO?

A estas alturas es de esperar que quien más o quien menos tenga incorporado, dentro de sus planes de acción, algún punto dedicado a este nuevo “mantra” de la **Transformación digital**. Si bien este asunto venía de lejos, muchas de nuestras empresas necesitaron lidiar con los efectos de la pandemia para darse cuenta finalmente de la importancia de esta intensa *realidad digital*, especialmente tras la revolución tecnológica vivida en la última década.



POR SANTIAGO ALFARO,
ESPECIALISTA EN MARKETING
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

in
linkedin.com/in/santiago-alfaro
www.santialfaro.com

En estos últimos tiempos estamos viendo cómo un buen número de compañías del **sector del baño** de distintos tamaños y actividades impulsan aceleradamente la revisión y puesta en marcha de tecnologías encaminadas a la mejora y actualización de sus sistemas, procesos y actividades. Sin duda, una reacción lógica dirigida a incrementar la competitividad de sus productos y servicios en un mercado cada vez más exigente y tecnológico.

Queramos o no, vivimos en la llamada “**cuarta revolución industrial**”. Las empresas y sus dirigentes deberían estar alerta y poner el foco en las tecnologías emergentes del mercado, valorando cuáles serían potencialmente aplicables a su negocio para mejorar la gestión, diferenciarse de la competencia y ofrecer mayor valor añadido al cliente.

Todos hemos oído hablar de tecnologías que ya cambian el mundo: *BigData*, *IA*, *Block-*

Chain, *IoT*, *Cloud Computing*, *Impresión 3D*, *Computación cuántica*... y lo dejo aquí porque la lista es realmente abrumadora. Sin duda, todas y cada una de ellas interesantes y con infinitas posibilidades para nuestras empresas y/o clientes.

Pero estas tecnologías con sus grandes posibilidades pueden ser un “*mal negocio*” para las empresas, puesto que acometer la implantación de un proceso de **Transformación digital** no es simplemente la incorporación de nuevas tecnologías en la empresa, esto no funciona así. Tampoco lo es, en contra de lo que se suele pensar, realizar una actualización de la Web, o implantar un moderno RP, o crear contenidos sugerentes en las exitosas Redes Sociales.

Entonces, ¿qué es la Transformación Digital para la empresa?

Existen infinidad de buenas definiciones, aunque por escueta y directa me parece muy

acertada la que propone **Óscar Fuente de IEBS**: “*La Transformación Digital consiste en reorientar la compañía hacia la aplicación y el uso de las tecnologías emergentes*”.

Como se puede leer “entre líneas”, en esta definición el proceso es algo mucho más profundo y complejo de lo que parece. No se trata solamente de *tecnologías*, se trata sobre todo de personas, de competencias, de gestión y transformaciones “culturales” en el seno de las organizaciones. La tecnología por sí misma no aportará ningún valor diferencial a nuestro cliente.

Así es, lo verdaderamente revolucionario no es la tecnología, sino el proceso de implantación **planificada y gradual** de estas tecnologías y sistemas inteligentes en las empresas. Una integración que debe ser *programada, consciente y paulatina*, llevada a cabo por personas motivadas y alineada con la cultura propia de cada organización.

Un plan de *Transformación Digital* debe involucrar y aprovechar inteligentemente el talento de nuestros equipos, impulsando mejoras en *procesos, productos y servicios* ofrecidos por la empresa, utilizando para ello el enorme potencial que nos brindan las tecnologías emergentes para un mercado cada vez más dinámico y digitalizado.

El verdadero reto, asumir un nuevo “mindset” en la organización

Para abordar con éxito esta nueva era de “Transformación Digital”, las empresas necesitarán líderes valientes, puesto que el verdadero cambio parte principalmente de un *cambio de mentalidad “mindset”*.

Directivos y mandos intermedios, son parte esencial de este proceso de cambio. Estos profesionales deben ser impulsores y “profetas” en su organización, asumiendo el reto de trasladar “*aguas abajo*” los cambios necesarios que permitan implantar con éxito

los planes de transformación digital en sus compañías.

Aún así, esta nueva “mentalidad” no solo necesitará de un equipo comprometido y constante que lleve a cabo el plan definido, también requerirá de tiempo, apoyo y confianza de accionistas o socios, para llevarlo a cabo. No estamos hablando de **tecnología**, sino de la “**cultura**” de empresa, de hábitos y costumbres. Esto no va de unas pocas semanas y no todo el mundo estará contento. ¿Estas preparado para ello?

Acometer un proceso así puede afectar a gran parte de una organización, obligando a departamentos, personas y equipos a revisar sus funciones, procedimientos y hasta la manera de relacionarse entre ellos.

En esta situación el departamento de *Recurso Humanos* (gestión del talento) será determinante.



La Transformación Digital sin duda es una gran oportunidad, una palanca que nos ayudará a impulsar la creación de valor en las organizaciones. Pero siendo sincero, en muchas ocasiones este proceso de implantación no llegará a finalizarse con el éxito deseado. Los motivos son distintos pero comunes.



Adquisición de nuevos profesionales, mantenimiento del talento existente, impulso de planes de formación, motivación, etc., serán claves en esta fase de adaptación a las nuevas capacidades tecnológicas.

Todo un reto para nuestras organizaciones, ya que estas nuevas tecnologías necesitarán de personas y equipos más eficientes, habituados al uso de metodologías "Ágiles", a entornos laborales con jerarquías u organigramas más horizontales y colaborativas, donde se valoran perfiles profesionales más "transversales", habituados a un entorno laboral colaborativo, cambiante y veloz.

Pero...¿Qué resultados esperar de un plan de Transformación digital?

La Transformación Digital sin duda es una gran oportunidad, una palanca que nos ayudará a impulsar la creación de valor en las

organizaciones. Pero siendo sincero, en muchas ocasiones este proceso de implantación no llegará a finalizarse con el éxito deseado.

Los motivos son distintos pero comunes. Puede ser por la falta de compromiso (paciencia) de la alta dirección y gestores, por haber definido estrategias u objetivos erróneos o simplemente, por la "resistencia" a un nuevo "status quo" por parte de las personas de la organización implicadas en la implantación.

Los datos nos dicen que **menos del 30%** de los *planes de transformación* que se inician se llevan a cabo con éxito. Si bien, estos porcentajes pueden aumentar significativamente si en este proceso tenemos en cuenta una serie de premisas denominadas "**factores de éxito**"¹, elementos considerados "*claves*" si queremos llevar a buen puerto los objetivos de nuestro plan. Estos son los siguientes:

1. **Elaborar una estrategia** con objetivos claros y un plan de cómo conseguirlos.
2. **Tener el compromiso visible y constante del CEO**, equipo directivo y mandos intermedios.
3. **Poner a las mejores personas** en los lugares correctos.
4. **Adoptar una mentalidad** de "Lean Management" y gestión "AGILE".
5. **Monitorizar, Medir y Supervisar** en todo momento el progreso de transformación.
6. **Gestión de DATO. Disponer de una plataforma flexible** y alineada con tu negocio.

Todo un reto, sí, pero con los profesionales y asesoramiento adecuados el intento sin duda merecerá la pena, ya que el **impacto económico** que han demostrado en las empresas los *planes de transformación* implantados con éxito es realmente significativo.

¹ Patrick Forth de Boston Consulting Group.

Y es que el esfuerzo que supone este cambio de mentalidad conlleva nuevas pautas y modelos de gestión que influyen notablemente en aspectos como **la diferenciación, el aporte de valor y la excelencia** de estas empresas, impulsando con ello el valor de mercado de las compañías **hasta un 12% más**.

Además, esta re-valoración también tiene un efecto directo en la rentabilidad de los negocios, siendo estos hasta un **26 % más rentables** que sus competidores.

Estos efectos positivos en resultados los sustenta una reciente investigación llevada a cabo por la reputada consultora *McKinsey*, estimando que *"las transformaciones digitales exitosas pueden tener un impacto de hasta duplicar el EBITDA"*.

Este aumento es el resultado combinado del efecto positivo producido en las distintas áreas de la empresa y, aunque con distinto peso, todas ellas muy positivas, en detalle por áreas:



	Performance impact	Sustainability impact
Market-backed R&D strategy	20-40% faster product development time	5-10% specific energy consumption (Scope 1 and 2 emissions)
End-to-end (E2E) performance management	Real-time, transparent KPI management	Focused management attention
Support functions	5-15% reduction in indirect spend	Employee engagement through simplified processes
Marketing and sales	3-8% additional net sales growth	Improved brand positioning based on sustainability goals
Logistics	1-3% increase in contribution margin	Up to 85% reduction in air freight
Customer-backed E2E planning and execution	5-15% reduction in fixed costs	10-15% increase in customer satisfaction
Procurement	2-5% reduction in direct spend	5-10% reduction in Scope 3 emissions
Production	5-50% labor productivity increase; 5-20% throughput	5-10% reduction in nonprime material
Technology	15-20% reduction in IT costs; 30-50% faster time to market	Shift to Green IT with 30-50% reduction in Scope 1 emissions

McKinsey & Company

¿Y AHORA, QUÉ?

Como lectores, profesionales o personas interesadas de alguna manera en el sector del baño, estaremos de acuerdo en lo afortunados que somos de contar con verdaderas "locomotoras" sectoriales, que son sin duda referentes nacionales e internacionales.

Fabricantes, diseñadores, interioristas, Contract... muchos profesionales y compañías de éxito, tienen en común su predisposición hacia la experimentación y el uso de nuevas tecnologías. Un "vector" clave estratégico que comparten

y que debería ser suficiente argumento para despertar las conciencias de otras muchas grandes, medianas y pequeñas empresas acomodadas o que luchan por subsistir, dudando sobre si afrontar o no un plan de transformación digital de sus negocios.

Desgraciadamente para ellas, esto ya no es una opción, sino más bien un requisito necesario para evitar la pérdida de relevancia en su mercado o, incluso, poner en riesgo la viabilidad del negocio en un futuro no muy lejano.

La mentalidad digital y la integración de nuevas tecnologías en las dinámicas empresariales no es algo exclusivo de "startups" o grandes compañías, al contrario, esta revolución y proliferación de herramientas digitales nos indica que ahora, más que que nunca, están al alcance de todos, y el momento ha llegado.

Y TÚ, ¿QUÉ HARÁS AL RESPECTO?