

# El Coeficiente Digital del "día después" de la pandemia

Diego Maffeo, Paulo Caratti, Rosana Mazza, Mariana Melbardis  
Mayo 2020



# Bienvenidos!



**Diego Maffeo**

Socio de PwC Argentina

diego.maffeo@pwc.com



**Paulo Caratti**

Socio de PwC Argentina

paulo.caratti@pwc.com



**Rosana Mazza**

Socia de PwC Argentina

rosana.mazza@pwc.com



**Mariana Melbardis**

Socia de PwC Argentina

mariana.melbardis@pwc.com

# Agenda

1. Situación actual y la necesidad de transformarse
2. Resultados de nuestra encuesta “Digital IQ”
3. Nuestro enfoque para la transformación digital
4. Una experiencia personal de transformación
5. Q&A



Situación actual y la  
necesidad de  
transformarse

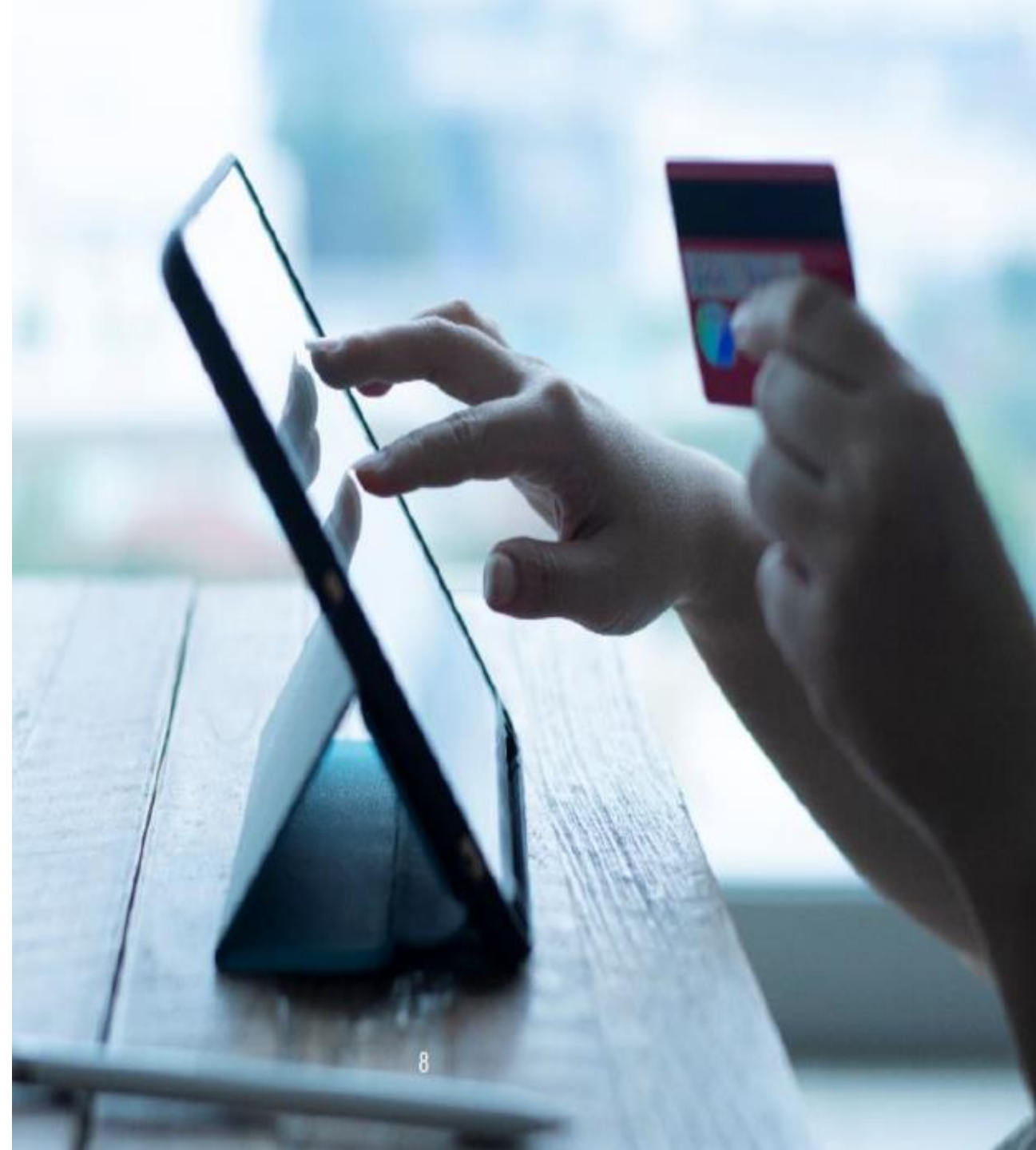
# El NO TAN nuevo desafío

## El cambio permanente

La propagación de COVID-19 y la institución del distanciamiento social han creado desafíos sin precedentes para cualquier industria.

Este contexto fuerza cambios en nuestras actitudes y comportamientos que obligan a las compañías a reaccionar de manera rápida a la nueva situación.

Sin embargo, la “reacción rápida” no resulta exclusiva al contexto pandemia. La obligación y la necesidad de la escucha y cambio permanente se centra como eje en cualquier estrategia de compañía para cualquier industria.



# ¿Cómo construir la agenda clave para la gestión de la crisis?

## Etapas de Planificación



Etapa I - Inmediato

Sobrevivir el impacto de la crisis

Racionalizar los recursos

Etapa II – Mediano Plazo

Asegurar la continuidad del negocio en la nueva normalidad

Reasignar recursos e inversiones a áreas críticas

Etapa III – Largo Plazo

Prepararse para capturar oportunidades de recupero

Focalizar e invertir en acciones de crecimiento

# La transformación digital como dimensión estratégica para la gestión de la crisis

Dimensiones Estratégicas	Responder	Estabilizar	Recuperar
	Preservar las Capacidades Operativas	Realignar los Recursos	Efectuar la Reingeniería para el Crecimiento
I <b>Capacidades Diferenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar las capacidades diferenciales (entender cambios)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar dinámica competitiva</li> <li>• Desarrollar/ ajustar capacidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construir estrategia de crecimiento apalancado en capacidades diferenciales</li> </ul>
II <b>Clientes, Productos y Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar clientes y canales</li> <li>• Revisar estrategia de precios</li> <li>• Descontinuar lo no esencial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Re-proyectar niveles de demanda</li> <li>• Recalibrar mix de productos y servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar oportunidades de crecimiento (productos y servicios)</li> </ul>
III <b>Modelo de Negocios y Operación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar operación en crisis</li> <li>• Asegurar suministro y producción</li> <li>• Reducir actividades de bajo valor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repensar esquemas de atención</li> <li>• Reducir complejidad operativa</li> <li>• Redimensionar la organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Configurar Modelo de Negocio para el crecimiento</li> <li>• Invertir en áreas estratégicas</li> </ul>
IV <b>Transformación Digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar el e-commerce</li> <li>• Facilitar teletrabajo y herramientas de colaboración</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconfigurar canales electrónicos</li> <li>• Digitalizar procesos de negocio</li> <li>• Destinar recursos a digitalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acelerar estrategia digital</li> <li>• Construir Plan de Inversión en tecnología y automatización</li> </ul>



# Resultados de nuestra encuesta “Digital IQ”

2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor.



# Las claves para una transformación digital exitosa

*El CD o Digital IQ es la medida de cómo una organización comprende y captura el valor "digital", en términos de herramientas, + procesos comerciales y cultura.*



# Repago

Los “Transcenders”: aquellas compañías que obtienen valor significativo a partir de la transformación digital.

*Más allá de la tecnología ... Entienden Digital como una mentalidad de constante innovación e integración tecnológica en todas las fases de los negocios.*

sólo

5%

de las compañías hacen todo lo necesario para obtener verdadero repago de la transformación digital\*

# ¿Qué se puede tomar como aprendizaje?

¿Cómo se debe trabajar para obtener repago de las inversiones en transformación digital? Los “transcenders” navegan la incertidumbre económica y el ritmo vertiginoso de una transformación digital mejor que nadie.

¿Cómo lo hacen?

\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor



Accionar el cambio y no solo hablar del cambio

84% colaboración es un “must”



Invertir para mañana

Invierten 33 % más



La gente primero

200% + atractivos atraer y retener talentos



Construir una cultura resiliente

98% no temen quedarse afuera

# 3

Nuestro enfoque para la  
transformación digital

# Ayudamos a nuestros clientes a entender qué es digital...

## Disruptivo

Transformando el negocio mediante modelos / productos innovadores que no existen en el mercado hoy en día

## Experiencia

Habilitando interacciones digitales de una manera más atractiva y fluida

## Operaciones

Digitalizando los procesos de nuestros clientes para mejorar la productividad de los empleados, la interacción con los proveedores y la satisfacción con los clientes.

## Fuerza laboral

La agilidad digital en el negocio exige agilidad digital en su fuerza laboral. Las organizaciones deben ser impulsadas por personas con las habilidades actuales.

## Confianza

Garantizando información segura en una era digital para inspirar confianza en nuestros clientes hacia sus clientes.

## Conformidad

Estableciendo negocios y modelos de una manera que sea compatible y transparente desde la perspectiva fiscal, legal y regulatoria.

# Nuestro enfoque

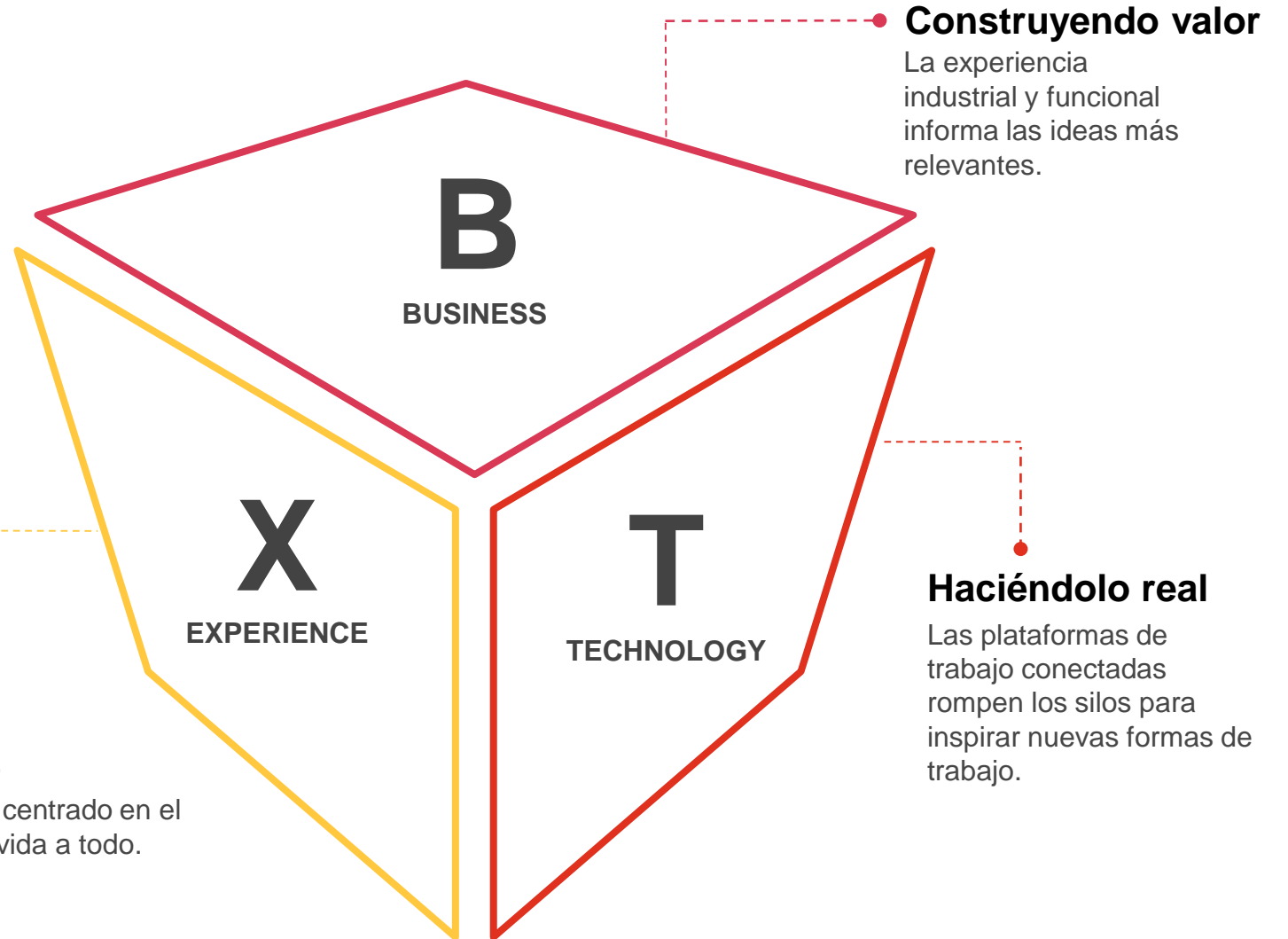
INTRODUCIENDO A

# BXT

Nuestro ADN. Es cómo combinamos expertise de negocio, un enfoque centrado en las personas y orientado a la resolución de problemas y la aplicación de tecnología.

## Crear algo memorable

El pensamiento centrado en el ser humano da vida a todo.



4

Una experiencia personal  
de transformación

# Una experiencia personal de transformación

## Drivers de la Transformación

- Integración de culturas diferentes
- Recambio Management
- Desarrollo Ecosistema Fintech
- Marco Regulatorio
- Cambios en entorno competitivo
- Cambio de governance corporativo

## Ejes de la Transformación



### Organización y Cultura

- Recambio de Management
- Incorporación de Talento de la Industria
- Empoderamiento de líneas medias
- Actualización de políticas de RR.HH.



### Institucional

- Re-branding
- Re-posicionamiento
- Mudanza a Distrito Tecnológico
- Desarrollo de Alianzas



### Innovación

- Desarrollo de Programa de Innovación cross-company
- Lanzamiento Programa API – apertura de servicios
- Implementación de Metodologías Ágiles



### Desarrollo de Negocio

- Cultura de foco en el cliente y de desarrollo de producto
- Desarrollo de Gestión Comercial – Implementación CRM
- Lanzamiento de nuevos negocios



5

Q&A

# ¡Muchas gracias!



**Diego Maffeo**

Socio de PwC Argentina

diego.maffeo@pwc.com



**Paulo Caratti**

Socio de PwC Argentina

paulo.caratti@pwc.com



**Rosana Mazza**

Socia de PwC Argentina

rosana.mazza@pwc.com



**Mariana Melbardis**

Socia de PwC Argentina

mariana.melbardis@pwc.com

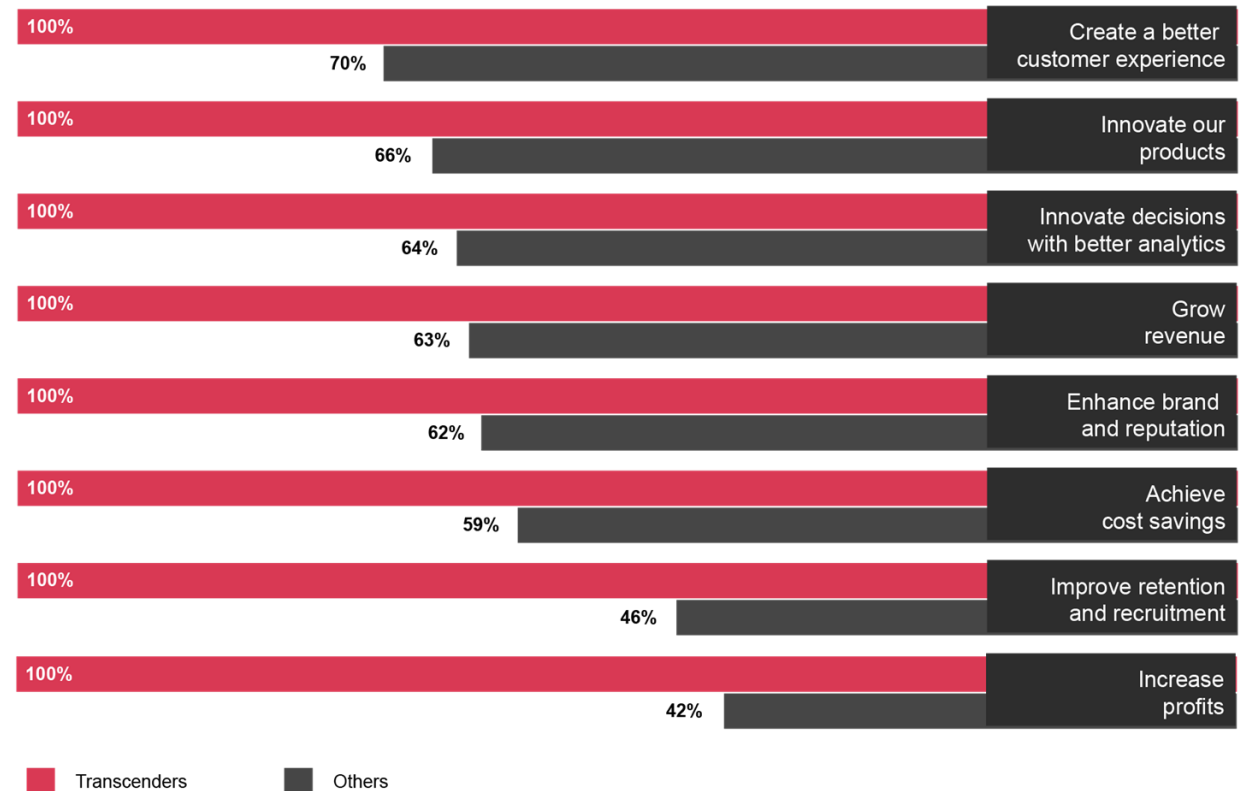
6

Anexo Digital IQ

# ¿A qué llamamos repago?

Los Transcenders destacan la obtención sustancial de repago en cada uno de los aspectos medidos: innovación, ganancias y talento.

\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor



# Accionar el cambio

Los Transcenders no solo hablan en grande sino que actúan en grande. La gran mayoría acciona, no solo alienta, una estrategia de liderazgo focalizada en la colaboración y en el trabajo interfuncional. La transformación digital es la estrategia corporativa, no es un ítem o un esfuerzo especial.

\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor

# El repago

El liderazgo no es un obstáculo para la transformación para el

# 94%

de los  
Transcenders



# Invertir

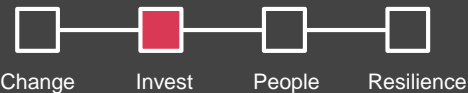
Transcenders invierten **33% más que otras compañías** en tecnología, procesos, modelos operativos, formas de trabajo. Invierten en transformación digital para hacer crecer sus negocios y no para recortar costos.

*\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor*

# El repago

# 17%

reconocen crecimiento de márgenes de ganancias en los últimos tres años



# La gente primero

Los Transcenders reconocen que su gente es más innovadora y son capaces de trabajar para impactar en la última línea. Los Transcenders gastan más para capacitar y perfeccionar a su gente y se obsesionan por hacerlo de manera correcta.

\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor

## El repago

# 200%

Más atractivos para gustar y retener talentos



# Construir una cultura resiliente

Los Transcenders ven la transformación como un proceso continuo. La transformación los guía. Un 67% ha atravesado un proceso de disruptivo importante durante los dos últimos años y ha salido mucho más fortalecido.

\*2020 Global Digital IQ: PwC encuestó 2,380 ejecutivos en 76 países para comprender cómo abordaron la transformación digital y su correspondiente obtención de valor

## El repago

# 98%

No temen quedarse afuera

