

2016

PRIMER

COMO EJEMPLO CIUDADANOS EL ESTADO PODER PUBLICO DIGITAL ECOSISTEMA UNA INDUSTRIA TIC Más simbiótica DESARROLLO DESDE LA JUNTA DIRECTIVA COMO PROMOTOR EL ESTADO DIGITAL INDIVIDUO CAPITAL HUMANO COMPETENCIAS CAUDAL ECONOMICO ESPECIALISTAS TECNOLOGÍA CREATIVIDAD CIENCIA VISION DE LARGO PLAZO ADOCIÓN DINÁMICA ESTABILIDAD INFRAESTRUCTURA LISTA HABILIDADES REGULACIÓN CATALIZADORA MODELOS DE NEGOCIO ECONOMÍA DIGITAL

TRANSFORMACIÓN DIGITAL



accenture

Cintel
Proyectos TIC innovadores

EMPRESAS DIGITALES 2016

PRIMER MANIFIESTO SOBRE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN COLOMBIA 2016

El cambio continuo en lo social, económico y tecnológico define el momento que vivimos. Gestionar ese cambio continuo representa **la más clara oportunidad para llevar a Colombia a ser un líder en la región en términos de competitividad económica y social**. La dinamización que se requiere para lograr este objetivo tiene como plataforma una inminente transformación digital, en la que una de las claves para su éxito, es la simbiosis de cada sector que le da vida al ecosistema digital.

Esa transformación digital se refiere, en parte, al aprovechamiento óptimo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) por parte de empresas, organizaciones y países en sus procesos, productos y servicios, así como en su modelo de negocios.

Y, en un mundo en el que constantemente surgen y caducan paradigmas de negocio, y los clientes y demás actores del mercado cambian con frecuencia sus comportamientos, esta transformación es cada vez más necesaria.

Aunque a primera vista la transformación digital se pueda entender como la inclusión de las TIC, se trata más de

un modelo de pensamiento cuya esencia es hacer las cosas de manera diferente para mejorar la productividad, la competitividad y la oferta de valor de las organizaciones y los países a través de la adecuada integración de tecnologías.

Dos pilares fundamentales sobresalen en esta transformación. Por un lado está la estructuración de modelos de relacionamiento y atención digital (**Relacionamiento Digital**). De otro lado, quienes se transforman exitosamente adecúan sus procesos, recursos e infraestructura para soportar estos modelos de relacionamiento y atención digitales (**Ser Digital**).

La principal adecuación es consolidar una cultura organizacional preparada para el cambio y el aprovechamiento de la tecnología. **Un catalizador fundamental de esta transformación es un ecosistema digital preparado, que se traduce en dos elementos: una cultura que pasa de 'competitiva' a 'colaborativa' e innovadora, y una infraestructura digital extendida.**

Para afrontar el imperativo de la transformación digital en Colombia, ACCENTURE y CINTEL se han aliado para promover este Manifiesto como



un mecanismo continuo de diálogo intersectorial, para que líderes del ecosistema digital, empresarial, institucional, académico y de opinión, bajo una metodología colaborativa, transmitan a sus pares y a los responsables de la generación de políticas corporativas, públicas y educativas, su opinión sobre las acciones prioritarias que deben emprenderse para contribuir a la transformación digital y entendida como una oportunidad que permita generar nuevo valor en las organizaciones y en el país.

Como resultado de este diálogo, en este Manifiesto se identificaron 9 acciones básicas para impulsar esta transformación, que se pueden agrupar en los tres frentes mencionados:

- **Relacionamiento Digital:** Relación digital con clientes y ciudadanos.
- **Ser Digital:** Cambio de cultura y de enfoque hacia nuevos modelos de negocios.
- **Fortalecimiento del ecosistema digital:** Una plataforma propicia intersectorial.

A. RELACIONAMIENTO DIGITAL

I. **EL INDIVIDUO DIGITAL:** El capital humano es el principal activo dentro de las organizaciones. Los mayores avances a nivel corpo-

rativo en materia de incorporación de tecnología requieren del desarrollo de competencias digitales por parte de los equipos de trabajo que faciliten el uso, la adopción y la apropiación de soluciones. Las entidades públicas y las empresas del sector privado requieren, igualmente, desarrollar un conjunto de competencias en sus trabajadores para disminuir la resistencia al cambio, motivada por la implementación de soluciones que buscan lograr eficiencias operativas, el desarrollo de productos y/o servicios o cambios en los modelos de negocios. Así mismo, el ciudadano debe estar más empoderado para facilitar su interacción con los desarrollos tecnológicos y con las nuevas dinámicas sociales de las plataformas digitales. Por lo tanto, es fundamental que en Colombia se cuente con una política de promoción y educación en TIC que permita que los ciudadanos se familiaricen con la tecnología desde sus primeras etapas de formación.

2. EL ESTADO COMO EJEMPLO:

Pese a los significativos avances en el proceso de transformación digital de varios sectores del poder público, persiste hoy una brecha entre los servicios tradicionales que ofrece el Estado en todos sus niveles y la facilidad de los ciudadanos para relacionarse con las diferentes entidades a través de

plataformas digitales. La digitalización de procesos del Estado y la facilidad de interacción generaría eficiencias en los procesos de la administración pública, lo cual produce a su vez una dinámica de cultura digital en el ciudadano. El Estado es el llamado a dar ejemplo en la implementación de soluciones tecnológicas que acerquen a los ciudadanos y faciliten el desarrollo de actividades y la prestación de servicios dentro de un ecosistema digital.

3. UNA INDUSTRIA TIC MÁS SIMBIÓTICA:

El sector de proveedores de Soluciones TIC cuenta con capacidades limitadas para integrar soluciones adecuadas para el sector real, que se adapten a las necesidades y condiciones específicas de las empresas que atienden. Para el sector real es necesario que los proveedores cuenten con una oferta ajustada a sus requerimientos y que incorporen soluciones que generen valor y potencien el desarrollo y el crecimiento de las organizaciones. Las empresas del sector TIC deben incorporar personal que cuente con las habilidades y competencias necesarias para conocer a los clientes y que estén en condiciones de ofrecer soluciones que generen valor y que acompañen los procesos de transformación.



B. SER DIGITAL.

4. DIGITAL DESDE LA JUNTA DIRECTIVA:

La transformación digital de las organizaciones depende del compromiso de la alta dirección de las organizaciones. Mientras más familiarizada esté la dirección con el nuevo entorno competitivo y con las tecnologías habilitadoras del mismo, hay un mayor potencial para que se dé una transformación efectiva y se cuente con el capital humano que lidere estos procesos. Se exhorta a todos los actores del ecosistema para que generen e implanten modelos de apropiación para líderes empresariales con el fin de convertirlos en actores dinamizadores del cambio. Se deben generar espacios que motiven la interacción entre las empresas, la academia y el Estado, donde todos los actores tengan oportunidad de relacionarse y formarse en aspectos relacionados con la transformación de las organizaciones y la economía digital.

5. ESPECIALISTAS DIGITALES:

Existe una baja oferta de personal calificado tanto en TIC como en otro tipo de competencias blandas – tales como liderazgo, creatividad, trabajo en equipo, comunicación, innovación y bilingüismo –, que esté en condiciones de desempeñarse en el contexto de transformación digital. El sector educativo está llamado a reconocer las nece-

sidades del ecosistema digital y a incorporar en sus programas las habilidades y competencias requeridas por el actual entorno económico y tecnológico, desde la educación básica y a lo largo de la vida, con el fin de formar personas integrales independiente del área en la que se desarrollen laboralmente. Es fundamental continuar fortaleciendo las estrategias para incentivar la demanda por carreras asociadas con las TIC y las diversas áreas de la ciencia y la tecnología, con el fin de que el país cuente con el recurso humano necesario para aprovechar las oportunidades que brinda la economía basada en el conocimiento.

C. FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

6. EL ESTADO COMO PROMOTOR:

Las cargas tributarias tanto para el sector productivo como para el sector TIC constituyen uno de los aspectos que restringen la toma de decisiones para la incorporación y el aprovechamiento de tecnología que promueva la transformación digital en las empresas. Necesitamos ampliar la base y fortalecer una total masificación del servicio en los estratos 1, 2 y 3, por lo cual es fundamental generar las condiciones tributarias que permitan realizar estas inversiones. Es importante que la reforma tributaria,

actualmente en estudio, contemple condiciones que favorezcan la reconversión y la incorporación de tecnologías digitales en las empresas, especialmente en las pymes.

7. INFRAESTRUCTURA LISTA:

Las redes de banda ancha, el hosting, la nube y los demás elementos clave de la infraestructura del ecosistema digital son habilitadores de la reconversión tecnológica de las empresas. De acuerdo con las necesidades de los diferentes sectores productivos, se debe favorecer el acceso a la infraestructura y equipos en todas las regiones del país, con alta calidad y a precios más asequibles. Desde los diferentes actores del ecosistema de la transformación digital se deben buscar mecanismos institucionales, que promuevan la interacción entre agentes públicos y privados para promover la implementación de soluciones apropiadas e incluyentes, en condiciones favorables para todos los actores.

8. REGULACIÓN CATALIZADORA:

Las dinámicas asociadas al cambio de los entornos sociales, tecnológicos y productivos han generado algunas zonas grises en la regulación en el marco de la economía digital, en especial los relacionados con aplicaciones que impactan los esquemas de la economía tradicional, los nuevos modelos de negocios Over The Top (OTT), la

información que se maneja en soluciones en la nube, así como aspectos relacionados con infraestructuras de comunicaciones. Las políticas de Gobierno se deben adecuar a los desarrollos actuales que están cambiando o modificando la prestación de servicios de sectores tradicionales, incentivando la innovación en la implementación de nuevos modelos de negocios y la revisión de esquemas tradicionales de prestación de servicios. Los diferentes actores del ecosistema digital deben promover la conformación de mesas sectoriales con participación pública y privada que permitan fortalecer los procesos de generación de agendas de las instituciones públicas, que den prioridad a los aspectos digitales.

- 9. VISIÓN DE LARGO PLAZO:** Los cambios en las políticas de la administración pública afectan la continuidad de las estrategias y los procesos que se desarrollan en cada gobierno, por lo que se hace necesario una visión estratégica de largo plazo para que los avances en materia de implementación tecnológica y adopción digital sean de provecho para el desarrollo del país, y que no se vean afectados por los cambios en la dinámica política. Se recomienda que el Gobierno central –y con amplia participación regional– construya un plan estratégico de transformación digital para Colombia, consultado ampliamente

con el sector real, la academia y otros actores, que permitan contar con iniciativas que perduren y que evidencien estabilidad normativa en los contextos en los que se desarrollan los negocios. En este marco, juega un papel fundamental el Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación, el cual debe propender por una articulación cercana con la industria y con sus objetivos de mercado.

La continuidad y la medición son fundamentales

Desde ACCENTURE y CINTTEL somos conscientes de que este proceso de transformación digital y su impacto en la competitividad y el crecimiento necesita monitorearse permanentemente.

Este monitoreo continuo es esencial para medir la velocidad y la capacidad de respuesta a las necesidades digitales, cualquiera que sea la industria o el mercado. Nuestro país, así como la región, forma parte del grupo de economías emergentes que muestran aún una notable falta de madurez digital. Sin embargo, este análisis puesto en el contexto apropiado y teniendo en cuenta que la economía digital actual representa el 22,5% de la economía mundial, lejos de ser preocupante representa una tremenda ventana de oportunidad para Colombia.



Nuestro análisis muestra que la mayor Digitalización puede producir no sólo un aumento de la productividad en una economía determinada, sino un impulso en el crecimiento del PIB. Se estima que una mejora de 10 puntos en la digitalización de un país puede suponer un incremento alrededor de un 0,5% en el crecimiento medio anual del PIB de los mercados emergentes, de acá al año 2020.

Es un trabajo de todos

Si logramos como país articular una agenda de transformación integradora, construida en conjunto por los diferentes actores, el sector productivo tendrá mejores herramientas para aprovechar las grandes oportunidades de la llamada cuarta revolución

industrial, y los ciudadanos tendrán mejores condiciones de bienestar al cerrarse las brechas de desigualdad y al ser integrados al mundo digital.

Invitamos al Gobierno Nacional a definir una política pública en materia de transformación digital, que permita dinamizar este proceso en Colombia, tomando en cuenta las necesidades y oportunidades de los diferentes sectores económicos y las acciones expuestas en este Manifiesto.

ACCENTURE, CINTEL y las empresas que participan de este Manifiesto están comprometidas con promover este crecimiento para nuestro país. Esta es una iniciativa que inicia en 2016 y que año a año sumará más empresas que han evidenciado su interés de sumar a este ejercicio.

Nota: Este manifiesto se actualizará cada año para apoyar en la construcción y dinamización de esta política de transformación digital, con el firme interés de impulsar la competitividad del país y mejorar la calidad de vida de los colombianos.

PARTICIPANTES:



SERGIO GONZÁLEZ
CEO
ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA MÓVIL
DE COLOMBIA, ASOMOVIL



EFRAÍN FORERO
Presidente
BANCO DAVIVIENDA



ANDRÉS CARBO ABELLO
Director Iniciativa Cluster de Software y TI
Vicepresidencia de Competitividad
y Valor Compartido
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ



CARLOS ZENTENO
Presidente
CLARO COMUNICACIONES



RICARDO RODRÍGUEZ V.
Managing Director
HEWLETT PACKARD ENTERPRISE
COLOMBIA



LUIS CARLOS GUERRERO
Presidente
LEVEL3



ALEJANDRO SANTOS
Director
REVISTA SEMANA



NIBALDO TOLEDO TAKAHASHI
CEO
AZTECA COMUNICACIONES COLOMBIA



RAFAEL IPUZ
Gerente IT
BIOMAX



ALEJANDRO GÁLVEZ
Gerente de TI
CEMENTOS ARGOS



ANDRÉS LÓPEZ VALDERRAMA
Presidente Ejecutivo
CORFERIAS



CARLOS REBELLÓN VILLAR
Director para América Latina de Adopción de
Tecnología en Gobierno
INTEL



ALEJANDRO PALACINO
Gerente Senior de Tecnología
PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA
ALQUERIA



ALFONSO GÓMEZ
Presidente Ejecutivo
TELEFÓNICA



MARCELO CATALDO
Presidente
UNE EPM TELECOMUNICACIONES



DIEGO A. TOVAR
VP Proyecto de Transformación
del Modelo Operativo
BANCO CAJA SOCIAL



JUAN RODRIGO CORONEL
Chief Digital Officer
BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA



CHRISTIAN ONETTO
Gerente General
CISCO SYSTEMS COLOMBIA LIMITADA



ROLANDO MARTÍNEZ
Gerente General
ERICSSON DE COLOMBIA

JESÚS R. BADILLO DELGADO
Director Corporativo de Tecnología
ITALCOL



RICARDO ÁVILA
Director
PORTAFOLIO



JAVIER PINZÓN
Presidente
UFF MÓVIL



CARLOS FERRER
VP Financial Industry & Head of ES
Latin America
UNISYS