



La importancia de la captura de información en el proceso de la transformación digital

Informe sobre inteligencia
organizacional 2020
de RICOH

RICOH

PFU
A RICOH Company

Contenido

- 2 Introducción
- 4 ¿Qué es la inteligencia organizacional y cuál es su papel dentro de la transformación digital?
- 5 Prioridad n.º 1: ¿Cuál es el grado de inteligencia de tu organización?
- 6 Conocimiento necesario: ¿Qué papel desempeñan los datos en los procesos de toma de decisiones de las organizaciones?
- 7 Transformación digital: cómo avanzar adecuadamente
- 8 ¿Cuál es el objetivo final de la transformación digital?
- 9 Gestión de la información y transformación digital
- 11 Activadores de la transformación: la mejora de la productividad es el motor principal para la transformación digital
- 14 Barreras de transformación digital: ¿a qué dificultades se ha de enfrentar tu empresa?
- 16 Desarrollo de una hoja de ruta de transformación digital clara, adaptada y pragmática
- 19 Superación de las barreras para la transformación gracias al escaneo y la captura de información
- 21 Cómo diseñar un plan de transformación digital
- 23 Metodología
- 23 Acerca de

Introducción

La inteligencia organizacional es la capacidad que tiene una organización de obtener el máximo valor de su información. Implica la habilidad de crear vías de conocimiento flexibles que aporten valor en cada etapa y a todos los empleados. Una organización inteligente utiliza la percepción para adaptarse estratégicamente a su entorno o mercado.

Este informe ha sido comisionado por PFU (EMEA) Limited. Basándose en una investigación independiente realizada por B2B International, examina cómo la transformación digital está posibilitando la inteligencia organizacional. Tras realizar un nuevo estudio con más de 1200 personas pertenecientes al departamento de TI y responsables en organizaciones de toda Europa, en el informe se ponen de manifiesto las ambiciones tras el proceso de transformación digital. Para permitirte realizar una evaluación crítica de tu propia organización, también se centra en los desencadenantes que sostienen la actividad, destaca los riesgos que hay que mitigar y muestra cómo las organizaciones logran sus objetivos utilizando la captura de información.

La última investigación indica que el **35 %** de las empresas aún no tienen un plan claro para la transformación digital. Este informe te ayudará a planificar y cumplir objetivos.

Las empresas deben evolucionar para seguir siendo competitivas. En los últimos tiempos, el mundo ha cambiado de forma inesperada, acelerando la necesidad de una transformación digital rápida entre organizaciones de todos los tamaños. Estar conectado digitalmente nunca había sido tan importante.

Pero la transformación digital debe ser estratégica e inteligente. Al mejorar la inteligencia de una organización, llega la oportunidad de cambiar. Cuando se puede acceder a la información rápida y fácilmente, la actividad laboral se simplifica y se agiliza. Se libera al personal clave de toda la organización para que pueda centrarse en actividades de mayor valor. Mediante la transformación de la toma de decisiones, se proporciona una perspectiva para encontrar nuevas y mejores formas de hacer negocios.

Si también transformas la planificación estratégica, tendrás la posibilidad de definir nuevos modelos de negocio para obtener una ventaja competitiva, quizás alterando los mercados actuales, o incluso creando otros nuevos.

**Así que, ¿cómo ves tu organización?
¿Como una colección de productos,
procesos, empleados, centros de beneficio
y tareas?**

Debes adoptar una nueva perspectiva. Las organizaciones concebidas como un sistema inteligente diseñado para gestionar información usan los datos como un recurso estratégico que, además, se convierte rápidamente en una importante ventaja competitiva.

Sin este cambio radical en la perspectiva y la mentalidad, las empresas pueden comenzar su viaje de transformación digital, pero sus esfuerzos probablemente resultarán ineficaces.

No basta con digitalizar los procesos. Para provocar un cambio verdadero, resulta imprescindible adoptar el marco adecuado para la transformación digital. Esto comienza por conocer la situación, los procesos y la dinámica actual de la organización. Solo entonces podrás desarrollar una visión clara de las posibilidades de la transformación digital y la visión de cómo y dónde puede ayudar la tecnología.

¿Qué es la inteligencia organizacional y cuál es su papel dentro de la transformación digital?

Hoy en día, el mundo de los negocios es complejo. Las organizaciones se alimentan de datos e información e involucran a un gran número de personas que interactúan con diversos sistemas todos los días para alcanzar sus objetivos comerciales.

Capturar estas interacciones e información es fundamental para desarrollar la inteligencia de una organización. Toda la empresa experimentará un impacto positivo, desde la estructura organizativa, la cultura o las relaciones con las partes interesadas hasta los procesos estratégicos y los recursos de conocimiento.

Mientras que los procesos inteligentes aumentan la productividad, el aumento de la productividad respalda el inicio del crecimiento del negocio.

Los empleados pueden atender mejor a los clientes. Estos empleados pueden acceder a la información aprobada rápidamente (se ha demostrado que la productividad mejora en un 20 a 25 por ciento en organizaciones con empleados conectados¹. La base de conocimiento de los empleados crece cuanto más información haya disponible para ellos y, cuantos más empleados interactúen y actualicen esta información, la inteligencia general de la organización se verá incrementada.

Este conocimiento registrado y mejorado del empleado promueve el capital intelectual de la organización, conectando varios equipos y sitios a la vez que se aumenta la capacidad de resolver problemas. Y, como resultado, la cultura de la empresa y el compromiso del empleado se ven mejorados.

Se ha demostrado que la productividad mejora de un **20 a un 25 %** en organizaciones con empleados conectados¹.

¹ The McKinsey Global Institute

Prioridad n.º 1: ¿Cuál es el grado de inteligencia de tu organización?

Entonces, ¿por dónde empezar? La primera etapa es entender en qué punto te encuentras. Es probable que sepas de inmediato si existe una estrategia global en la organización destinada a capturar y compartir datos e información.

Cada organización tendrá que adaptar su plan de acción, ya que siempre hay varios factores que afectarán a la madurez de su inteligencia organizacional. Esto podría variar desde un conocimiento de lo que necesitas cambiar dentro de una organización, una apreciación de cómo se puede usar la tecnología ahora para mejorar las operaciones actuales y cualquier plan futuro para lograr una verdadera diferenciación.

Debido a esta complejidad y la impracticabilidad de comparar la naturaleza individual de las organizaciones, realizar alguna simplificación del tema puede ayudar. La siguiente matriz te permitirá comenzar a comprender la madurez de la organización. Y, al comprender dónde se encuentra, estarás en una mejor posición para llevar a cabo los siguientes pasos del proceso de transformación digital.

Inteligencia organizacional



1. Organizaciones pasivas:

Sin conciencia de la transformación digital
"¿Qué es la transformación digital?"

Transformación de primer paso

La reestructuración inteligente de flujos de trabajo a través de la digitalización y la automatización permite que afloren formas de trabajar más inteligentes mientras la accesibilidad a datos maximizados promueve la toma de decisiones inteligente en todo el negocio.

2. Organizaciones comprometidas:

Conciencia de la transformación digital
"¿Cómo puede aplicarse a mi negocio en el momento actual?"

Transformación del conocimiento

Las empresas no compran tecnología, compran soluciones. Con plataformas de software totalmente compatibles con API, los datos pueden ser preprocesados, analizados y estructurados de manera que los equipos puedan desarrollar formas nuevas e inteligentes de trabajo para ser más productivos y ágiles.

3. Organizaciones activas:

Implementación de la transformación digital
"¿Cómo puedo hacer que mi negocio crezca?"

Transformación de negocios

Desarrollo de una creación de conocimiento e intercambio de la cultura que impregna a cada empleado y cada nivel de la organización que sea verdaderamente colaborativa y se alimente continuamente de información digitalizada.

Conocimiento necesario: ¿Qué papel desempeñan los datos en el procesos de toma de decisiones de las organizaciones?

¿Cómo utilizas los datos? ¿Y qué impacto tienen en las etapas clave del proceso de toma de decisiones? ¿Tus empleados pueden acceder fácilmente a los datos o el acceso es complicado? Para obtener más información y establecer los requisitos de tu proceso de transformación digital, debes hacerte las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo enfocas la comunicación?

Considera si se intercambia información de manera individual o en grupo en función de la necesidad o, por el contrario, en función del "conocimiento necesario". ¿Existen métodos específicos de comunicación in situ que faciliten la comunicación con las partes interesadas internas y externas pertinentes?

2. ¿Cómo crea valor tu empresa?

¿Las personas se centran únicamente en sus propias funciones? ¿O tienen un conocimiento esencial de los perfiles y la demografía de los clientes? ¿Cómo crea valor la organización atendiendo a las necesidades de esos clientes?

3. ¿Cómo acceden las personas dentro de tu organización a la información que necesitan para realizar su función?

¿Cómo se usa la información o la captura de imágenes? Debes preguntarte si las personas pueden acceder a información relevante de forma rápida y definida, sin necesidad de buscar autorización manualmente en cada paso.

4. ¿Qué cambios está experimentando tu entorno empresarial?

Es probable que tu organización continúe enfrentándose a tiempos desafiantes e inciertos. Las formas de trabajo establecidas y definidas pueden resultar ineficientes en la actualidad. Las tácticas para evaluar a los competidores o la comprensión del impacto de los cambios del mercado puede que ya no sean la solución correcta. ¿Cuál es el grado de flexibilidad y agilidad de tu empresa en momentos de cambio?



En este informe trataremos de responder a estas preguntas. Detallamos la ambición de las organizaciones, los desencadenantes de la transformación digital, las barreras a las que se enfrentan y cómo pueden alcanzar sus objetivos.

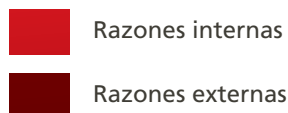
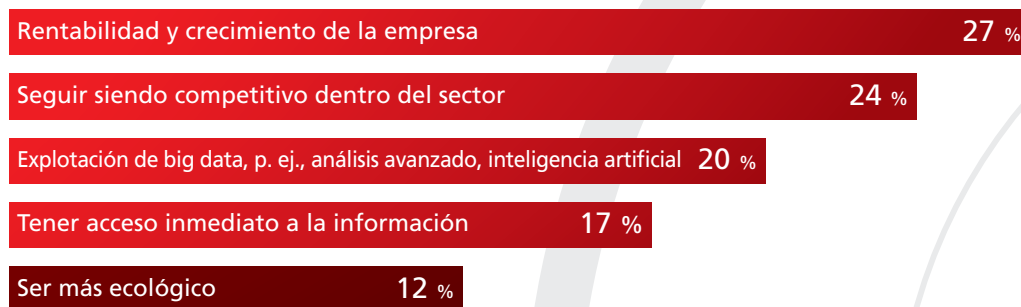
Transformación digital: cómo avanzar adecuadamente

¿Cuál es el objetivo final que pretende conseguir tu organización a través de la transformación digital?

Para cada negocio, es crucial definir este objetivo básico, ya sea el deseo de crecer, de mantenerse competitivo o para sacar el máximo partido al big data.

Para más del **50 %** de las organizaciones, el objetivo final es el crecimiento de la empresa o seguir siendo competitiva.

Objetivo final para la transformación digital

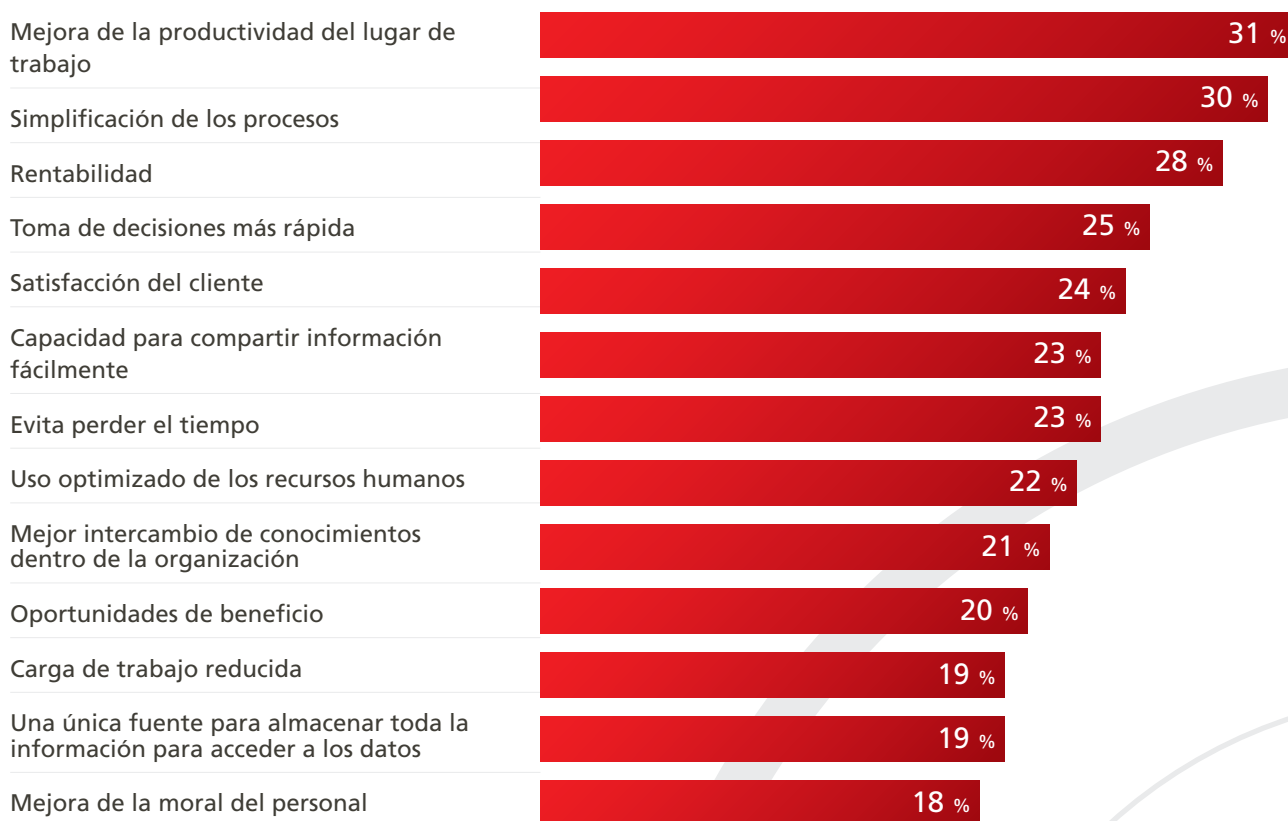


¿Cuál es el objetivo final de la transformación digital?

El crecimiento de la empresa y poder asegurar una ventaja competitiva fueron los principales motivos que eligieron las empresas de Alemania, al igual que las del resto de Europa. Sin embargo, la principal motivación para casi un tercio de las organizaciones en Alemania es la explotación del big data y el análisis avanzado.

Para definir tu objetivo general y trazar un plan de transformación digital, debes preguntarte qué ventajas ofrecerá a la organización tener acceso a una información adecuadamente dispuesta. ¿Existen procesos demasiado complejos en la empresa? ¿Cómo puedes interactuar mejor con los clientes y compartir el conocimiento? ¿Las decisiones lentas pueden provocar pérdidas económicas?

¿Qué ventajas crees que ofrecerá a la organización tener acceso a una información adecuadamente dispuesta?



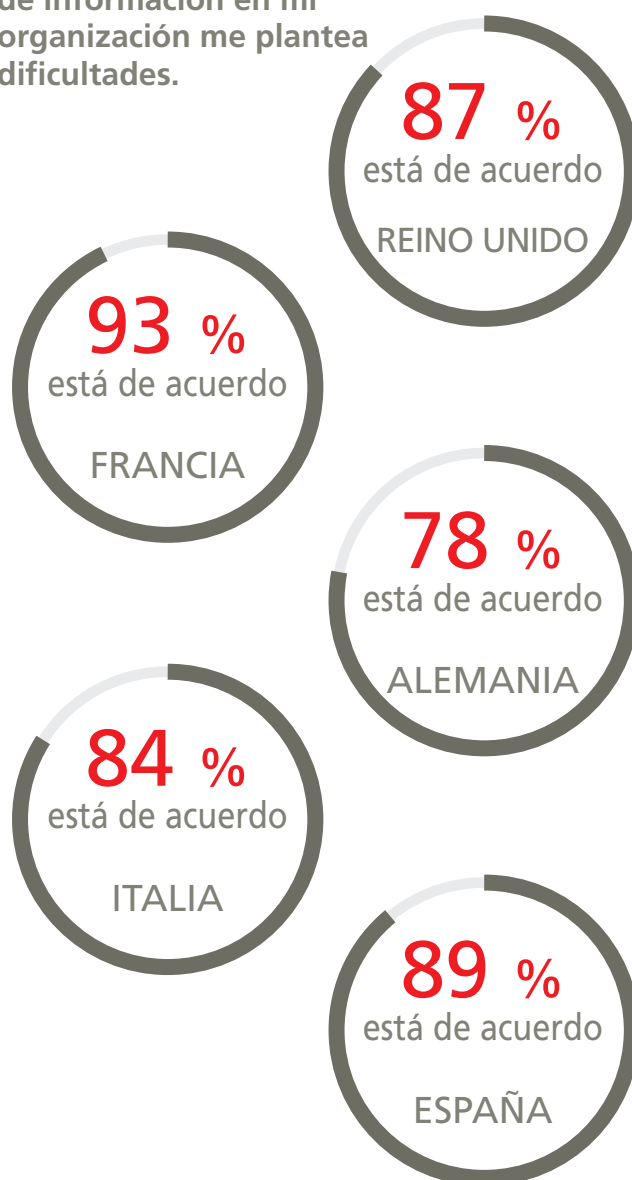
Gestión de la información y transformación digital

Para las empresas que están iniciando el proceso de transformación digital, la gestión de la información supone un obstáculo fundamental que hay que superar. Las empresas de toda Europa están lidiando con este desafío a diario.

Sin embargo, para las compañías alemanas la gestión de la información no plantea tantas dificultades y se centran más en la explotación de datos.

El **93 %** de las organizaciones de Francia tiene dificultades en el área de la gestión de la información.

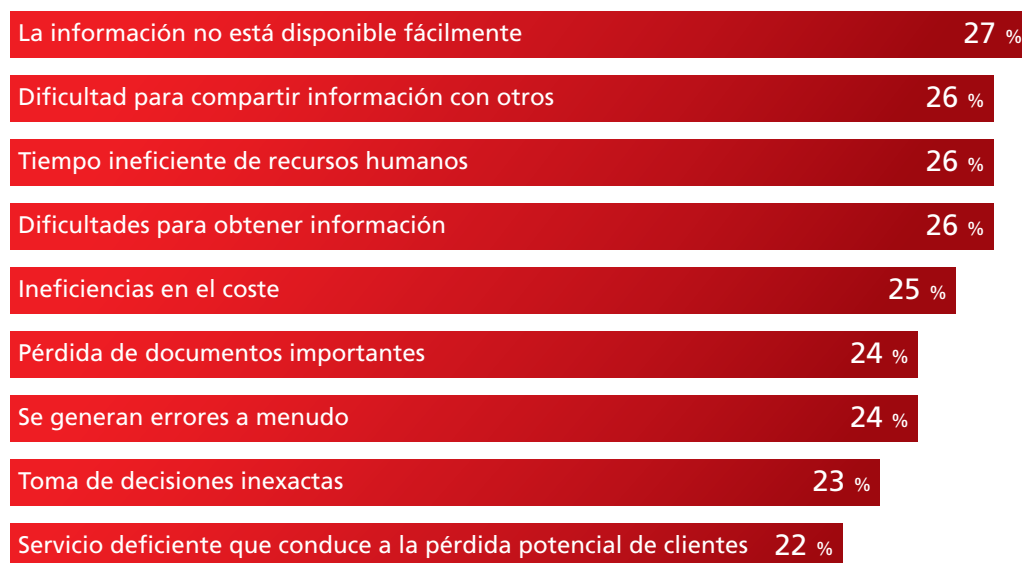
Administrar la cantidad de información en mi organización me plantea dificultades.



¿Por qué es tan problemática la gestión de la información?

Una inadecuada gestión de la información afecta a todos los niveles de una organización. Cuando el personal no tiene información clave fácil de manejar y no puede compartirla, aumentan las ineficiencias entre organizaciones. Los departamentos de recursos humanos luchan, los clientes reciben un servicio deficiente y se producen errores. Las organizaciones que no son eficientes pierden ingresos

¿Cuáles de los siguientes problemas has experimentado como resultado de la forma en que se organiza la información dentro de su lugar de trabajo?



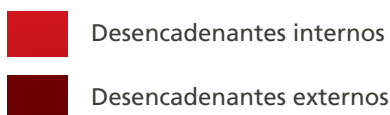
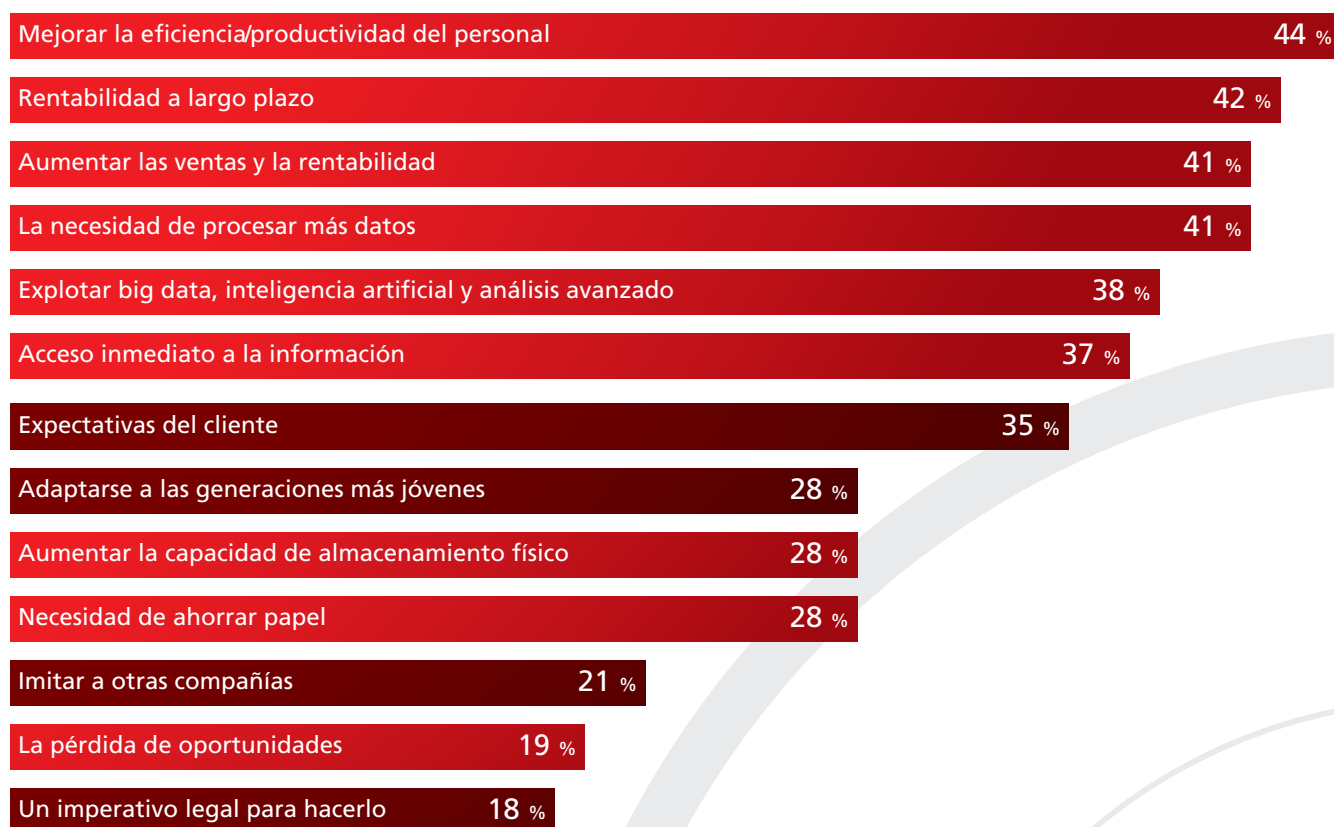
El 11 % indicó "ninguno de estos"

Activadores de transformación: la mejora de la productividad es el motor principal de la transformación digital

Los procesos deficientes, los flujos de trabajo ineficientes y los problemas de gestión de la información no suponen ninguna novedad. Los líderes empresariales se enfrentan a estas dificultades todos los días. Para muchos, sin embargo, el statu quo permanece.

Para aquellos que buscan el cambio, ¿cuál es el desencadenante que inicia la transformación digital? Los problemas operativos internos siempre serán determinantes. Y, a menudo, son los que frenan a un negocio.

La productividad mejorada, la efectividad en el coste a largo plazo y la rentabilidad son los principales desencadenantes de la transformación digital



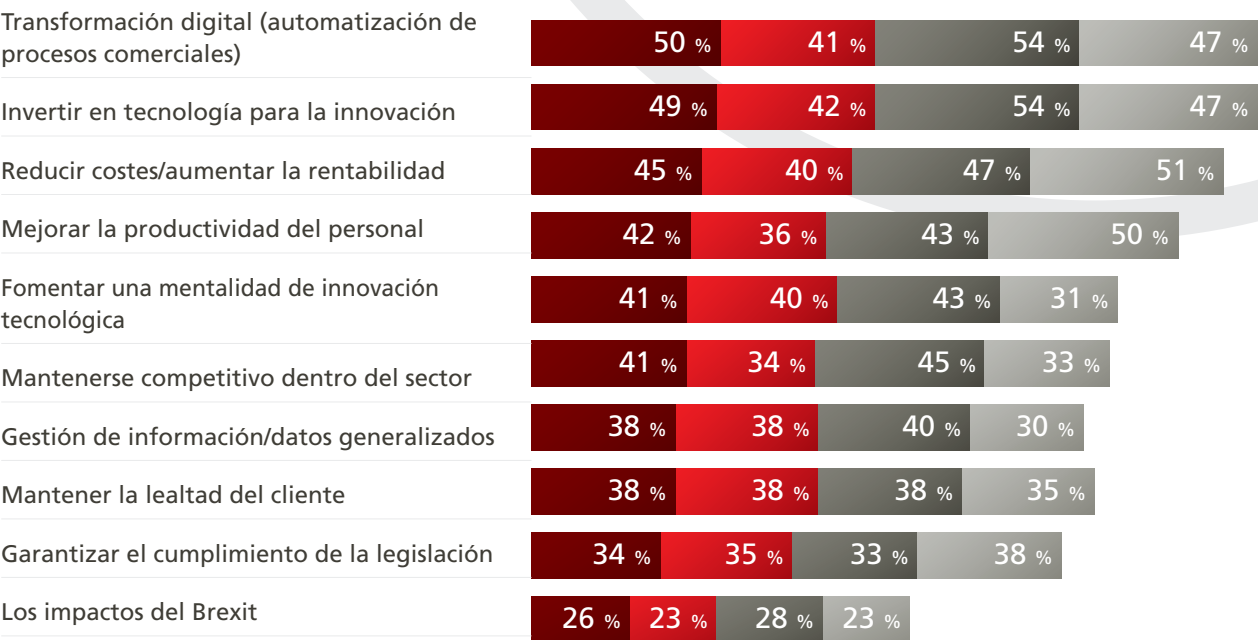
¿Cómo se convierte la transformación digital en una realidad?

Al comienzo de cualquier proceso de transformación digital, es fundamental hablar con los empleados y el personal. Cuando empiezan a comprender la necesidad y las capacidades de la transformación digital, la oportunidad de abordar otros desafíos comerciales puede resultar más evidente.

De hecho, al analizar cómo responde y reacciona la demografía interna de una organización a los desafíos, se pueden definir las elecciones y prioridades que sostienen la transformación en sí. La automatización de los procesos comerciales puede comenzar desde este punto.

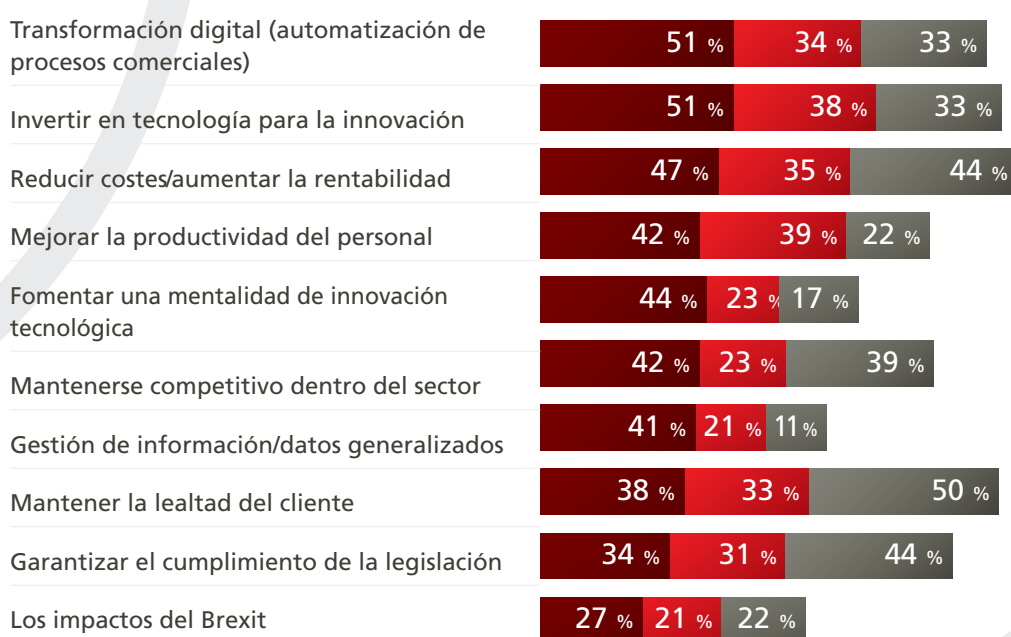
La transformación digital es un desafío para el **50 %** de las organizaciones.

¿Cuáles son los desafíos actuales a los que te enfrentas dentro de la organización?



De esta consulta también se deriva una comprensión de las diferentes perspectivas y mentalidades presentes en un negocio. Cuando hay fricción entre las diferentes áreas de una organización, las ineficiencias, las complejidades y la desorganización estructural se agravan.

Desafíos actuales a los que se enfrentan los encuestados en función de su nivel de influencia dentro de la organización



Responsables
 Personas influyentes
 Sin función de DT

El **44 %** de los responsables luchan por promover una mentalidad de innovación tecnológica dentro de su organización.

Barreras de transformación digital: ¿qué está frenando a su negocio?

Con demasiada frecuencia, las organizaciones sufren recesiones. Es probable que existan diversas dificultades de cara a la transformación digital, todas ellas con su correspondiente impacto.

Las complejidades de la transformación digital se ven incrementadas por los desafíos actuales dentro de una organización. Estas incluyen la falta de habilidades internas y recursos y una comprensión limitada de los objetivos generales que se pueden alcanzar mediante la transformación digital. A menudo no se sabe por dónde comenzar el proceso de transformación digital.



Brecha generacional: con frecuencia,

las generaciones mayores guardan copias en papel de la documentación y no quieren alterar el status quo. Esto puede tener como resultado una reticencia a pasarse a la digitalización.



Inversión inicial: el proceso de digitalización a menudo requiere una inversión significativa en términos de hardware, software y experiencia. Es esencial contar con la guía de TI adecuada para convertir los procesos de la manera más eficiente, segura y rápida.



Regulación:

muchos sectores, incluidos los financieros y legales, requieren registros en papel, lo que puede afectar a la capacidad de las organizaciones para digitalizar los procesos y dejar de lado el papel.



Falta de conocimiento dentro de una

empresa:

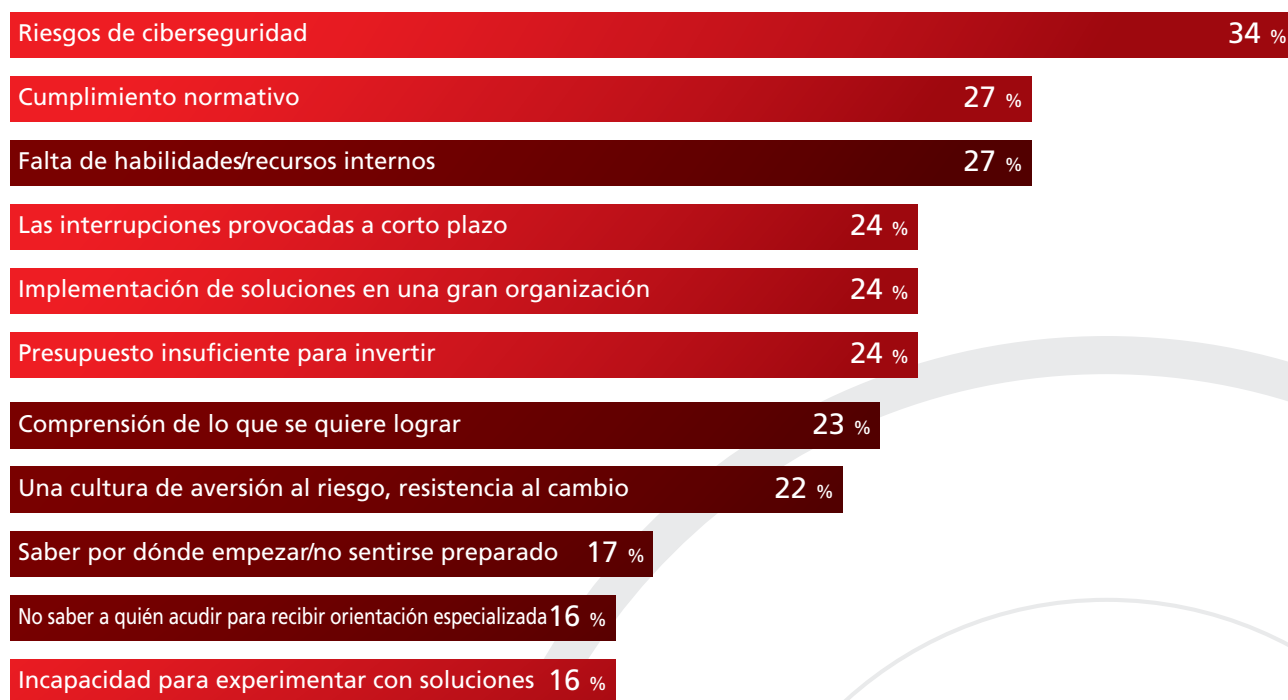
en muchos casos, las organizaciones están poco preparadas y carecen de conocimiento especializado, lo que deriva en una resistencia al cambio debido a la comprensión limitada de las oportunidades que ofrece la digitalización.



Aprobación/ Validación: es probable que

se requieran firmas en varios documentos en las tareas diarias. Las firmas electrónicas no están necesariamente extendidas entre las partes interesadas del negocio a las que pueda preocuparle su seguridad.

¿Tu organización se enfrenta a alguna dificultad en el proceso de transformación digital?



La educación puede ayudar a hacer frente a estos problemas

La educación en todos los niveles del negocio es esencial para abordar estos problemas. A menudo debe provenir de terceros. De hecho, el 80 % de las empresas están recurriendo a expertos externos para educar a sus equipos y ayudarlos a lo largo del proceso de transformación digital.

El **27%** carece de las habilidades internas para la transformación digital.

Desarrollar una hoja de ruta de transformación digital clara, adaptada y pragmática

A través de un análisis detallado de todas las operaciones empresariales y definiendo claramente los objetivos que sostienen la transformación digital, es posible identificar las dificultades más relevantes. Y al hacerlo, los riesgos potenciales pueden resaltarse y mitigarse, asegurando un plan claro y una hoja de ruta de transformación digital que se pueda implementar.

¿Cómo debes abordar la transformación digital?

Impulsar la inteligencia organizacional a través de la transformación digital debe ser un proceso adaptado a cada organización, en consonancia con sus dificultades y objetivos principales como negocio.

Si bien la naturaleza única de la organización exige un enfoque individual, el análisis que hemos realizado en Europa revela que tanto la formación como la selección de tecnología son áreas clave que deben abordarse estratégicamente.

1. Asistencia externa para formación

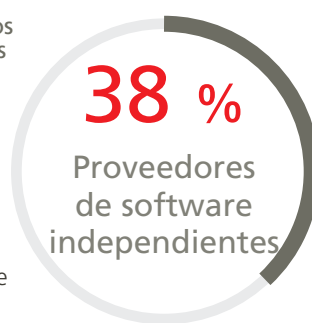
En primer lugar, la formación y el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos se subcontratan a los líderes del sector. Esta asistencia a menudo es necesaria para proporcionar claridad en las etapas iniciales de transformación. Los líderes externos del sector proporcionan una experiencia de un valor incalculable. Tienen experiencia en el proceso. Los especialistas también pueden ayudar a tu organización haciendo las preguntas necesarias para poder evaluar la situación actual. También se asegurarán de que las etapas cruciales del proceso no se pasen por alto.

Líderes y especialistas del sector a los que nuestros encuestados consultarían sobre transformación digital



Tipo de ayuda que buscan los encuestados por parte de los expertos en ciberseguridad:

- 55 % Suscripción de productos en toda la empresa
- 53 % Servicio al cliente/ soporte técnico
- 50 % Formación in situ de productos/servicios



Tipo de ayuda que buscan los encuestados por parte de los proveedores de software independientes:

- 68 % Formación in situ de productos/servicios
- 56 % Punto de contacto específico
- 51 % Servicio al cliente/ soporte técnico



Tipo de ayuda que buscan los encuestados de consultorías externas:

- 57 % Punto de contacto específico
- 56 % Servicio al cliente/ soporte técnico
- 51 % Suscripción de productos en toda la empresa



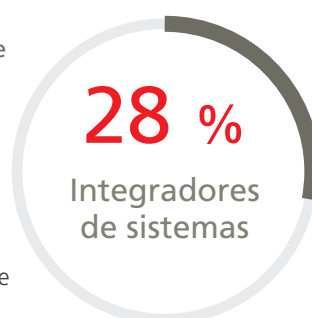
Tipo de ayuda que buscan los encuestados de proveedores de hardware:

- 59 % Servicio al cliente/ soporte técnico
- 55 % Suscripción de productos en toda la empresa
- 54 % Punto de contacto específico



Tipo de ayuda que buscan los encuestados por parte de proveedores de productos:

- 58 % Suscripción de productos en toda la empresa
- 55 % Punto de contacto específico
- 50 % Formación in situ de productos/servicios



Tipo de ayuda que buscan los encuestados por parte de integradores de sistemas:

- 65 % Servicio al cliente/ soporte técnico
- 62 % Formación in situ de productos/servicios
- 49 % Punto de contacto específico



Tipo de ayuda que buscan los encuestados por parte de fabricantes específicos:

- 72 % Servicio al cliente/ soporte técnico
- 68 % Formación in situ de productos/servicios
- 51 % Punto de contacto específico

2. Implementación de la tecnología adecuada

Tras realizar una evaluación de la organización y formular las preguntas necesarias acerca de la administración y utilización del conocimiento, surge la necesidad de identificar la tecnología esencial. Y cómo y dónde se debería utilizar.

Si bien ciertas tecnologías, como la nube, ya se han adoptado de manera generalizada en muchas organizaciones europeas, existen unos pasos iniciales más sencillos que todas las empresas pueden realizar antes de optimizar la transformación del conocimiento y asumir una transformación comercial disruptiva completa.

Tomemos como ejemplo las organizaciones alemanas en cualquiera de los extremos del espectro. Lideran el camino en la exploración de big data y el análisis avanzado. Además, aventajan al resto a la hora de dar los primeros pasos básicos de cara a optimizar la transformación de conocimiento. Particularmente, presentan un uso actual de escaneo promedio un 9 % más alto con respecto a sus homólogos europeos, a través del cual utilizan la captura de imágenes e información como medio de gestión de la información.

El proceso de transformación digital puede tener como resultado una exploración del big data, pero debe comenzar con ciertos pasos esenciales. Las empresas alemanas tienen un claro reconocimiento de las tecnologías iniciales que ayudarán en las primeras etapas de transformación digital. ¿Por eso ven la gestión de la información como un proceso más sencillo?

¿Qué tecnologías usas actualmente?

		REINO UNIDO	FRA	ALE	ITA	ESP
Portátiles	64 %	62 %	58 %	61 %	69 %	69 %
La nube	62 %	63 %	59 %	60 %	63 %	65 %
Análisis de datos	56 %	56 %	51 %	54 %	63 %	59 %
Teléfonos inteligentes/aplicaciones móviles	55 %	63 %	51 %	50 %	52 %	61 %
Ciberseguridad	49 %	46 %	45 %	53 %	55 %	48 %
Escaneo y captura de imágenes	48 %	40 %	44 %	57 %	52 %	47 %
Dispositivos de IoT	40 %	39 %	36 %	43 %	45 %	39 %
Inteligencia artificial	36 %	35 %	34 %	36 %	43 %	33 %
Tecnología Blockchain	33 %	25 %	34 %	36 %	38 %	32 %
Realidad aumentada/virtual	27 %	22 %	25 %	30 %	29 %	29 %
Robótica	26 %	18 %	30 %	30 %	31 %	24 %

Superando las dificultades que plantea la transformación gracias al escaneo y la captura de información

Alemania podría considerarse como un país pionero en la transformación, pero el papel del escaneo y la captura de imágenes en la gestión de la información es ampliamente reconocido y valorado por las empresas de todos los países europeos.

De hecho, casi la mitad de las organizaciones utilizan un escáner para simplificar la transformación digital y lo ven como el punto de partida para la eficiencia y el crecimiento de la compañía a largo plazo.



Aumento de la eficiencia

"Reduce el volumen de papel, agiliza los procesos comerciales y aumenta la eficiencia y la productividad de tus empleados"

C-SUITE, ALEMANIA



Satisfacción del cliente

"Facilita la relación con la clientela y automatiza el proceso de tratamiento gracias a la inteligencia artificial, que permite impulsar el crecimiento y la lealtad del cliente"

HR, FRANCIA



Pensamiento futuro

"Porque implica una forma diferente de pensar, nuevos modelos de negocio y un mayor uso de la tecnología para mejorar la experiencia de los empleados, clientes, proveedores y todas las partes interesadas de la empresa"

GERENTE DE DEPARTAMENTO, ITALIA

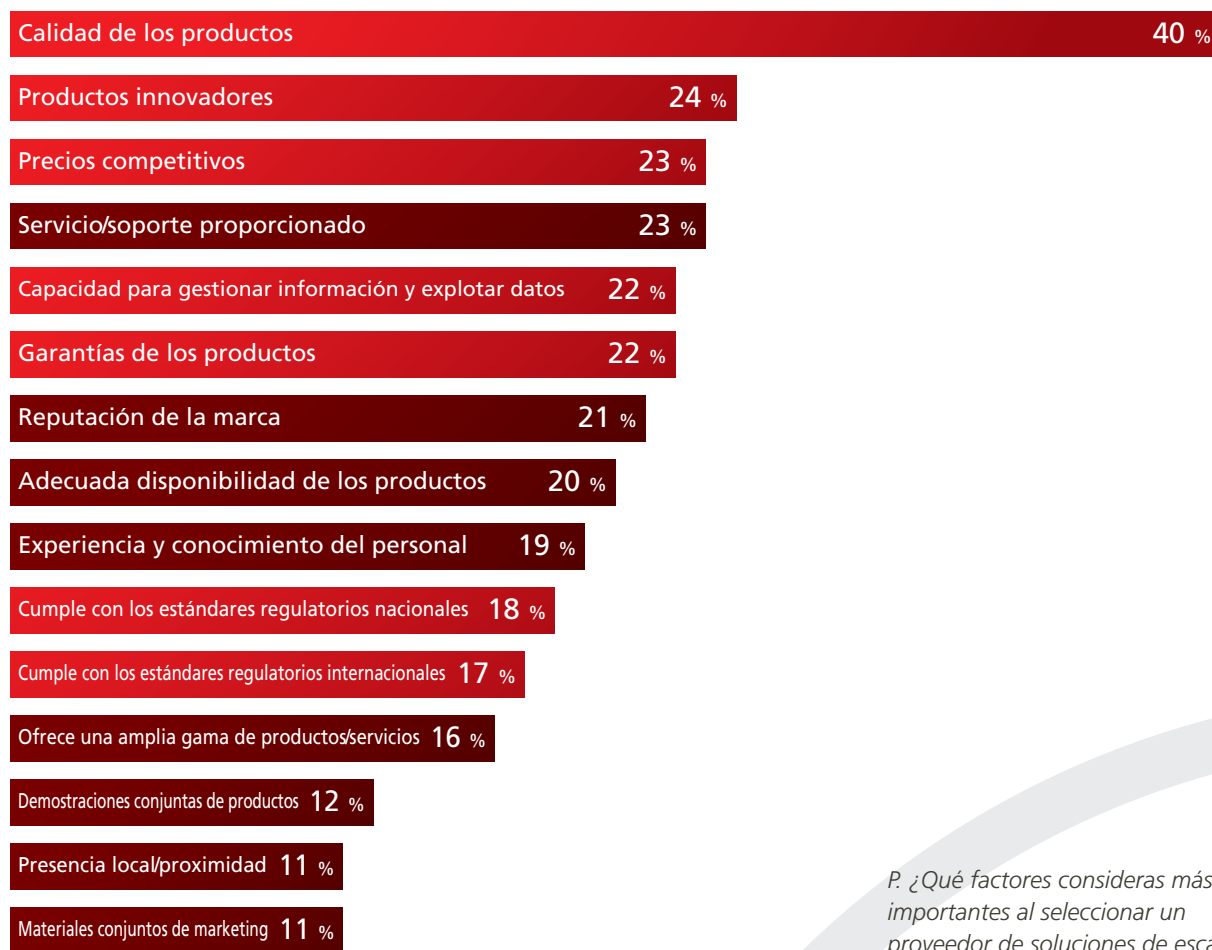


Inicio del proceso

"Es prácticamente el primer paso que hay que llevar a cabo para implementar la 'transformación', desde simples documentos en papel hasta documentos digitalizados que se pueden rastrear de inmediato a través de los sistemas conectados entre sí"

IT, ITALIA

La calidad del producto y la innovación son las principales consideraciones al seleccionar un proveedor de soluciones de imagen y captura



Relacionados con el producto



Relacionados con el servicio y la marca

P. ¿Qué factores consideras más importantes al seleccionar un proveedor de soluciones de escaneo y captura de imágenes?

Una cuarta parte de las empresas está buscando soluciones innovadoras, que en última instancia ayudarán a impulsar una mejor gestión de la información en toda la organización.

Cómo planear tu proceso de transformación digital

1. Adapta tu visión de transformación digital a la misión y estrategia de la organización.



De este modo, te sentirás más motivado a la hora de iniciar y continuar el proceso, lo que te permitirá superar obstáculos y distracciones, facilitando la ejecución de las medidas necesarias para la gestión de cambios. Debes preguntarte también cuál es la visión de las etapas posteriores del proceso de transformación digital. ¿A dónde quieres que llegue la organización?

2. Sienta bases sólidas para futuras etapas.



El escaneo y la captura de información es un primer paso lógico del proceso de transformación digital.

- Permite el uso de soluciones de TI y análisis incluso más avanzadas.
- Debes tener siempre en mente tus objetivos y preguntarte qué necesitarás en etapas futuras.

3. Identifica las ganancias rápidas de eficiencia operativa y de procesos para conseguir resultados rápidos y garantizar un proceso continuado.



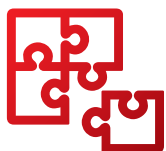
- La reducción de los procesos en papel se percibe como una forma de agilizar los procesos comerciales, reduciendo costes y creando una mano de obra más productiva.
- Los proyectos de nivel operativo son una forma práctica de impulsar el proceso general de transformación digital.
- El escaneo y la captura de información permiten un movimiento de datos más rápido y flexible, un imperativo a la hora de mejorar la inteligencia organizacional.

4. Pensamiento futuro.



- La transformación digital no se trata solo del proceso físico. También invita a nuevas formas de pensamiento y proyección del negocio, desde la innovación de productos hasta la revolución del servicio al cliente.
- Es más ecológico, ya que reduce la cantidad de papel que se utiliza.
- Persigue los conocimientos estratégicos del proceso que pueden ofrecer una ventaja competitiva y una transformación empresarial. ¿Cómo podrían las nuevas posibilidades descubiertas mejorar tu modelo de negocio o incluso afectar a todo el sector?

5. Encuentra socios con la solución, el dominio (gestión de la información) y la experiencia en el proceso de implementación necesarios.



- Con base en su experiencia, debes hacerte las preguntas más relevantes para tu situación.
- Identifica los requisitos específicos del proceso y la tecnología que mejor se adapte a estos.

6. Aplicación.



- Aprende de los errores y continúa mejorando para alcanzar tus objetivos de transformación digital.

La transformación digital se ha convertido en un verdadero imperativo comercial, y sigue siendo un desafío fundamental para muchas organizaciones en toda Europa.

Hemos visto los problemas causados por los procesos en papel, la falta de utilidad de los conocimientos dentro de las organizaciones y los desafíos continuos de la gestión de la información. Al implementar el enfoque personalizado adecuado para la transformación digital y al dar los primeros pasos esenciales, la inteligencia organizacional puede ser una realidad. Cuando la planificación comercial estratégica y la toma de decisiones se transforman, se puede encontrar una ventaja competitiva.

Considera qué partes de la organización presentan dificultades para el flujo de conocimiento o la eficiencia. Selecciona una y pregúntate: ¿qué tipo de acción de transformación puedes llevar a cabo para mejorar la inteligencia organizacional de esa área en concreto?

Metodología

Este informe ha sido comisionado por PFU (EMEA) Limited. Se basa en una investigación independiente realizada por B2B International y fue escrito por gyro UK.

El informe incluye resultados tanto cualitativos como cuantitativos de la encuesta realizada a un total de más de 1200 líderes empresariales y de TI de toda Europa.

Los datos se han obtenido mediante una encuesta en línea que detalla las respuestas de varias empresas de diversos tamaños y un número de encuestados igualmente ponderados del Reino Unido, España, Francia, Alemania e Italia. Todos los encuestados fueron responsables de alto nivel o influyentes en la compra de hardware o software de TI en medianas y grandes organizaciones. Todas las respuestas se proporcionaron de manera anónima.

Acerca de

Los escáneres de la marca RICOH están diseñados, fabricados y comercializados en todo el mundo por PFU Limited, una subsidiaria de propiedad absoluta de RICOH Limited (Japón). PFU es un distribuidor de TI activo a nivel mundial que diseña, fabrica y comercializa equipos informáticos, productos periféricos y programas informáticos empresariales. PFU ofrece una amplia gama de escáneres de documentos para entornos profesionales, personales, de escritorio, de grupo de trabajo, de producción de alto volumen y en red, y es una de las compañías líderes mundiales en escáneres de documentos. PFU ha estado involucrado en el sector de escáneres de imágenes de documentos durante más de 25 años y genera una facturación anual de más de mil millones de dólares.
<https://www.pfu-emea.ricoh.com/es-es/oi>

Con operaciones en Europa, Oriente Medio y África, PFU (EMEA) Limited es responsable de la comercialización y venta de escáneres de documentos de la marca RICOH. La compañía europea se estableció en el Reino Unido en 1981 y tiene oficinas en Alemania, Italia y España y Knowledge Suites en el Reino Unido, Italia, Francia, Rusia y Dubái. Para obtener más información o contactar con nosotros, visite:
<https://www.pfu.ricoh.com/emea/>

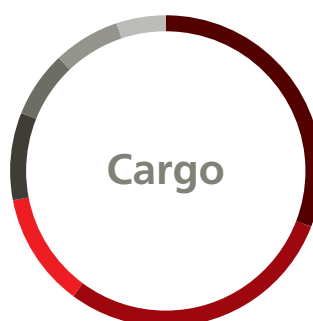


Servicios financieros	19 %
Fabricación	13 %
Comercio	13 %
Transporte	9 %
Atención sanitaria	8 %
Construcción	7 %
Sector público	6 %
Otro (compuesto por sectores que representan menos del 5 %)	25 %



251-500	19 %
501-1000	13 %
1001-250	13 %
2501-5000	9 %
5000+	8 %

Promedio: 2312



TI	32 %
C-Suite	30 %
Dirección general	12 %
Finanzas/adquisición	9 %
Dirección administrativa/de oficinas	7 %
RR.HH./legal	7 %
Tecnología/innovación	5 %

B2B International es la agencia especializada en investigación de mercado de empresa a empresa líder en el mundo y forma parte de Dentsu Aegis Network. B2B International tiene oficinas en Europa, Norteamérica y Asia, y se especializa en el desarrollo de soluciones de investigación de mercado a medida para clientes globales. Cuenta con 600 de las 1500 compañías más grandes del mundo entre sus clientes, incluidos PFU, Vodafone, Stanley Black & Decker, Mastercard, DHL, Honeywell, BP, Air Products, Microsoft y Samsung.
www.b2binternational.com

gyro es la primera potencia mundial B2B de servicios integrales del mundo. Nuestra misión es crear ideas útiles para la humanidad y llevarlas a cabo con precisión. gyro ostenta los galardones 2019 Global B2B Agency of the Year y Ad Age 2016 Global B2B Agency of the Year de ANA.

Nuestras 700 mentes creativas en 16 oficinas trabajan con las principales empresas, incluidas Aflac, Danone, eBay, Google, HP, Teva, Workplace by Facebook, RICOH y Mastercard. gyro es parte de la Dentsu Aegis Network, que ostenta el galardón MediaPost Holding Company of the Year de los años 2017 y 2016. www.gyro.com

PFU (EMEA) Limited

4th Floor, Belmont
Belmont Road
UXBRIDGE
UB8 1HE

Find out more: <https://www.pfu.ricoh.com/emea/>

Enquiries: +44 (0)20 8573 4444

email: scannersales@pfu-emea.ricoh.com

in : <https://uk.linkedin.com/company/pfu-emea-limited-ricoh>

PFU
A RICOH Company

RICOH