

# Digital World

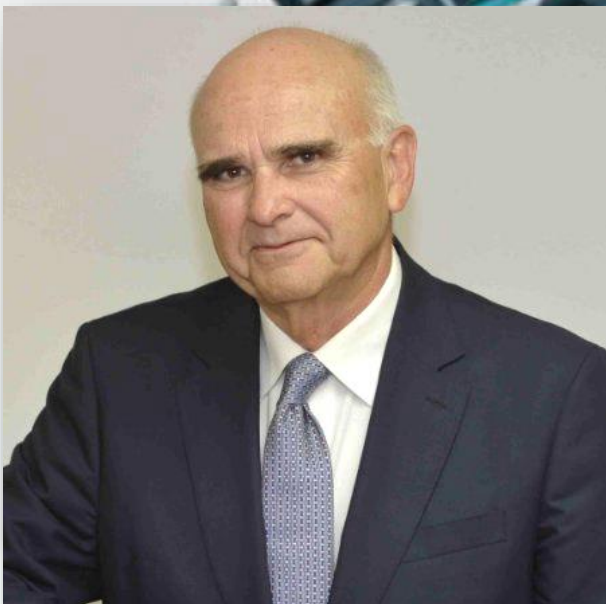
3

[www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com)



**MAGAZINE** Febrero. 2016 (1)

“Las empresas han de dar más valor a sus productos y servicios como parte de la Transformación Digital”



## Transformación Digital

ENTREVISTA Digital desde el lado más humano

**Leandro Pérez Manzanera**

Presidente de AUTELSI

(Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información)

## Digital Vision

ENTREVISTA Digital, desde el lado más humano

**Leandro Pérez Manzanera**  
Presidente de AUTELSI

Miembro de la Comisión Permanente del Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (CATSI).  
Vocal de la ponencia sobre el Plan de Convergencia en Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.

**Especialidades:** Ha intervenido en numerosos cursos y conferencias. Director de las cinco ediciones realizadas del Master “Las Tecnologías de la Información como herramienta de gestión del negocio” del Instituto Superior de la Energía (Fundación Repsol YPF). Colaborador habitual en diversos medios de comunicación.

María López: “Cuando propuse la Entrevista Digital sobre la Transformación Digital a Leandro no solo me lo confirmó sino que me propuso hacerla en persona. Es un profesional muy cercano, con las ideas muy claras y con una mente muy joven e innovadora”

[www.autelsi.es/cms](http://www.autelsi.es/cms)

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))  
Cuando hablamos de Transformación Digital ¿qué te viene a la mente?

**Leandro Pérez Manzanera**

Creo que esto es un término controvertido, como si quisiéramos convertir cosas analógicas en digitales, para mí el concepto de transformar... Podemos entender por Transformación Digital la evolución que se ha ido dando la dicha y “creciente” de transformación digital desde hace muchos años, porque la tecnología lo ha permitido. Se ha llegado hasta el almacenamiento accesible económicamente que permite el fácil y directo acceso a cualquier información que está online. Facilita la digitalización. El acceso a cualquier información de Internet. Las Redes de la telecomunicación por potencia y precio. Comunicación Digital extensa y de calidad. Hemos aprovechado esta facilidad para sacar partido....a ganar dinero, del proceso de Digitalización creciente. ¿Cómo? creando nuevos productos y servicios, utilizando la digitalización, mejorando la percepción del consumidor sobre nuestros servicios a través de sus interacciones.

Ejemplo: el coche sigue siendo un conjunto de átomos, puede tener 1.000 microprocesadores, que capturan información digital. A alguien se le ocurrió en su día digitalizar una cartografía, esto se puede definir como central de gestión digital. Puede entenderse así como una forma de Transformación Digital, las compañías clásicas, se han transformado, otras, están en ello.

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))

En el ámbito de vuestro sector, y como parte de tus responsabilidades ¿has tomado ya o estás valorando, dentro de vuestra compañía, el iniciar la Transformación Digital Corporativa? En el caso de ser afirmativo ¿cuáles son o serían esas medidas y/o procesos?

**Leandro Pérez Manzanera**

Autelsi es una asociación con más de 200 asociaciones asociadas, entre muchas, delegaciones TI y entidades públicas. Un área creada, destacable es la llamada “Transformación Digital”, para cubrir la demanda de las necesidades de las compañías donde compartimos conocimiento y las mejores prácticas, difundiendo todos estos recursos entre los usuarios.

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))

¿En qué medida os está afectando en vuestra área, la evolución tan acelerada de la tecnología y la forma de comunicarse a los nuevos usuarios Digitales?

**Leandro Pérez Manzanera**

Hemos tardado mucho en hacer uso de las RR.SS. pero ahora le estamos sacando el potencial que tienen dando soporte a nuestros asociados, siendo activos en dichas redes, creando espacios, comunicando: sobre los mercados, resto de recursos y convocatorias. Aumentando el valor de los productos y servicios.



#### NOTA AL PIE de Leandro....

Lo que ha de tener en mente cada persona en este tema, es cómo dar valor a la Empresa:  
Ha de tener en cuenta 3 factores importantes, donde haya accionistas

1. Aumentar el valor de la acción.
2. Aumentando el valor de los productos y servicios.
3. Mejorando tu cuenta de resultados.

En su Business Case no tienen contemplados estos tres factores importantes y son claves para llevar a cabo la Transformación Digital.

Los servicios/ productos deben adaptarse a los nuevos usuarios D. Ellos son los mismos, la diferencia es que se han vuelto más exigentes. De hecho, usan el mundo digital para tomar la decisión de compra. Está mucho más informado. Ha de seguir en la misma línea. Es mucho más difícil competir, tenemos lo ejemplo, de Amazon, hoy en día las tiendas a pie de calle. Y ciertamente, el traer el producto de china con un clic y comprarlo a pie de calle, no es lo mismo.

El nuevo consumidor tiene en su mano muchos más servicios y productos a través de Internet. Optimización de recursos y reducción de costes.

**HERRAMIENTAS DE TI:** Un sector en el que la Transformación Digital que ahora está desarrollándose digitalmente, con retos muy importantes, están la Omnicanal y Multicanal. Las Retails, por ejemplo, están vendiendo más del 10% online habiendo una demanda del sector muy importante de logística, almacenes, etc.

El tema más difícil, es el cómo de las estrategias informáticas online, el cómo integrar los sistemas transaccionales corporativos y transicionales. No es lo mismo empezar siendo digital nativo como Amazon, que ser un Carrefour, y tener que integrar los sistemas ya creados que conllevan los nuevos sistemas online.

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))

Cuáles crees que son las claves necesarias, dentro de la Transformación Digital, para adaptar la forma de llegar a más clientes creando Customer Experience?

**Leandro Pérez Manzanera**

La experiencia para que el consumidor repita y se fidelice, para que hablen bien de ti de tu marca y aumente, prefiero decir "cliente" a consumidor (de hecho compañías grandes ya se cuidan de hablar de cliente y no de consumidor), por ejemplo; si vendemos una bombona de butano, puramente analógico nada digital, teniendo que subir las escaleras al último piso. Si dicha botella de butano, llevase un sensor digital, que nos indicara los días de gas que le queda a ese cliente, ahí sí estaríamos creando una experiencia de Cliente. Afortunadamente, contamos con tecnología que nos puede ayudar a esa Transformación Digital como clave importante para ayudar a generar esa tan ansiada Customer Experience.

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))

¿Habéis abierto nuevos Canales Digitales para llegar a más Digital Customers? ¿Cuáles han sido?

**Leandro Pérez Manzanera**

Pues mira en mi empresa hemos abierto las Redes de LinkedIn y Twitter.

María López ([www.businessstrategymanager.com](http://www.businessstrategymanager.com))

Dentro de tu entorno personal, cuéntame tres hábitos/ acciones que has tenido que cambiar debido a la Transformación que se está produciendo en la actualidad.

**Leandro Pérez Manzanera**

Pues la verdad es que he tenido que realizar un cambio de hábito muy completo con el tema de música, me encanta. He tenido que hacer un ejercicio de aprendizaje y evolución online con los recursos y plataformas del sector para acceder a la música. De hecho, he tenido que comprar un coche que se pueda integrar Spotify. Llevar cualquier dispositivo móvil, la app de mi equipo favorito Real Madrid, y poder verlo en vivo con alta calidad. Pero me es imposible leer un libro que no sea a la forma tradicional, en los dispositivos móvil es frío, distante. Ya no compro periódicos, leo los periódicos por las mañanas online.

