

Análisis del management digital y su importancia para el alcance y la mejora de los
procesos en empresas de Colombia y México

Ana María Soriano Guerrero

Diplomado Internacional en Estrategia de Negocios e Innovación Organizacional

Facultad De Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C.

2023

Análisis del management digital y su importancia para el alcance y la mejora de los procesos en empresas de Colombia y México

Introducción

En el contexto actual las sociedades, países y demás se han globalizado, por lo cual se ha creado la necesidad de comunicarse más rápido, de interrelacionarse y crear conexiones. Las empresas enfrentan la necesidad crítica de adaptarse a una economía y mercado cambiante y agresivo para mantener su competitividad, así, la optimización de procesos continuos se vuelve fundamental para su supervivencia y éxito en el mercado. Esto ha generado una demanda inminente de actualización constante en tendencias, tecnología y estrategias que permitan a las empresas reducir costos, optimizar tiempos y encontrar oportunidades prometedoras.

Por lo anterior se evidencia que en la actualidad se necesita que las empresas se mantengan actualizadas junto con el mercado, incrementándose la importancia de la tecnología y que las empresas y sus procesos se digitalicen, como por ejemplo estrategias digitales enfocadas en el lanzamiento de nuevos productos, negociaciones interculturales, internacionalización, cadena de suministro, procesos internos de la compañía, para darle mayor alcance, mejorar su eficiencia y su efectividad. Por ende, busca analizar la relevancia del management digital en empresas de Colombia y México, explorando su potencial para mejorar procesos internos y externos con diferentes estrategias enfocadas a diferentes áreas.

Justificación

El diplomado internacional en estrategia de negocios e innovación organizacional tiene gran relación con el tema, ya que durante el diplomado se resaltó la importancia de la tecnología y nuevas tendencias en la actualidad. En este documento se quiere analizar el alcance y la mejora que puede tener los procesos externos e internos en las organizaciones, analizando desde el entorno cultural de Colombia y México, con la aplicación del management digital, ya que este ha tomado gran importancia a través del tiempo, permitiendo la innovación en las organizaciones tanto internamente como externamente, con diferentes estrategias que se pueden plantear con un buen manejo de este y todo lo que conlleva en la digitalización de los procesos internos y externos.

¿Explicación del problema?

Frecuentemente, los procesos internos y externos de las empresas carecen de efectividad, resultando en operaciones lentas, costosas e ineficientes. Esta situación genera obstáculos como negociaciones sin el alcance esperado, complejidad en los procesos y falta de eficiencia en la comercialización de productos o servicios. Ante estos desafíos, las empresas deben buscar herramientas y estrategias que les permitan posicionarse mejor en el mercado, comprender su audiencia objetivo y mejorar sus procesos para lograr un alcance óptimo. Convirtiendo a las tecnologías en una gran herramienta que les permita a las empresas optimizar tiempo, recursos y costos.

Hipótesis

Por consiguiente, se plantea demostrar que la implementación del management digital en los procesos internos y externos de empresas colombianas y mexicanas puede optimizar, mejorar y ampliar su alcance. Estas organizaciones comparten culturas

organizacionales similares, lo que sugiere que las estrategias de management digital podrían ser aplicables y efectivas en ambas.

Contenido

La transformación digital permite que las organizaciones compitan mejor en un entorno económico que cambia constantemente a medida que la tecnología evoluciona. Con ese fin, la transformación digital es necesaria para cualquier empresa, organización sin fines de lucro o institución que busque sobrevivir en el futuro (Power data; s.f.). Por lo tanto, las herramientas e implementación del management digital toman relevancia.

¿Qué es el management digital?

El digital management es un concepto que se refiere a la imagen de la empresa dentro del entorno digital, y a la capacidad del profesional para poder desarrollar una estrategia, a través de la cual, consiga que el público tenga una mejor idea acerca de la gestión y particularidades del negocio. (Cruz, 2023)

Por ende, es un factor clave en las compañías. Según Cañas (2023), el encargado del management digital debe estar pendiente de la imagen general de la compañía, sobre todo del área digital. Es responsable de hacer crecer el alcance de la marca que representa, definir la estrategia digital de la empresa, asegurarse de que las acciones de Marketing Digital logren buenos resultados y sean eficaces para generar negocio. También tiene que ayudar a mejorar e introducir el cambio digital dentro de la organización.

Management digital en las organizaciones

La evolución de las empresas no es un reto, sino una obligación ya que las empresas deben actuar en torno a tres grandes ámbitos: una estrategia para la era digital, unas

adecuadas capacidades digitales y una cultura para el empleado digital. (Eduardo Avendaño Ayestaran; 2016)

Según Eduardo Avendaño (2016), la era digital está presente en la actualidad y es importante adaptarse a ella. Los hábitos de consumo y la forma en que se realizan los negocios están cambiando. Los clientes se comunican de manera diferente, los contactos y la comunicación cambian, surgen nuevas necesidades y con ello, el reto para las empresas de crear estrategias para responder a esas necesidades y hábitos de consumo, para adaptarse a una demanda cambiante y exigente. Aquí nace la pregunta: ¿Transformarse o desaparecer?

Organizaciones Colombianas y Mexicanas

En la actualidad, las empresas colombianas y mexicanas se enfrentan a un entorno muy competitivo y cambiante, donde hay un mercado agresivo en el que no todas las empresas permanecen en el tiempo. Por lo tanto, la adopción de nuevas tecnologías, estrategias y la aplicación del management digital pueden ayudarles a cumplir sus objetivos. Este enfoque de gestión utiliza las tecnologías digitales para optimizar los procesos empresariales, lo cual puede ayudar a las empresas a mejorar su eficiencia, productividad, calidad y satisfacción del cliente.

Empresas mexicanas

Según un informe realizado por Forbes (2023) el 81% de las empresas en México ya han iniciado algún proceso de transformación digital interna, ayudando a mejorar su productividad, eficiencia y competitividad. Además, el informe muestra que el 65% de estas empresas utiliza herramientas digitales para mejorar sus estrategias enfocadas en

ventas y marketing, el 55% las utiliza para optimizar sus procesos de producción y el 45% para mejorar la gestión en el área de recursos humanos.

Como ejemplos de lo anterior podemos ver 3 casos de las empresas ubicadas en Puebla México que se visitaron durante el diplomado, como:

Faurecia, que es un grupo de tecnología automotriz, en esta se evidenció varias herramientas digitales que se usan, una de ellas en una aplicación llamada Mlean que sirve para realizar el check list de los forros internos de los carros una vez estos estén listos, para verificar las costuras, color, materiales y que este completo; otra herramienta es el control que llevan con sus empleados para medir la eficiencia llamado “medidor rey”, este es quien les dice cuál debe ser la cantidad de costuras o forros que se deben realizar en 1 hora, si por ejemplo el colaborador debe hacer 100 costuras y solo hizo 50 significa que su rey está al 50% y así cada vez que una silla se termine, registran el código y automáticamente se va midiendo el rey; otra herramienta es a la hora de producir mini partes hechas de resina para el interior del vehículo, utilizan un programa para seleccionar el tamaño y la forma que necesitan.

Todo lo anterior ayuda a Faurecia a optimizar sus procesos, reducir tiempo y costos, manteniéndola a la vanguardia del mercado, ya que, aunque si necesitan de mucho personal y colaboradores por lo que no hay una máquina que pueda cocer de esa manera aún, toda la digitalización interna de la empresa y externa para darse a conocer y conseguir clientes como Nissan y Volkswagen la ayudan a sobrevivir en el tiempo, convirtiéndola en el proveedor #7 a nivel mundial.

En Bimbo se evidenció, primero, externamente la excelencia que se ha tenido en la gestión digital desde su creación en 1945, ya que ha crecido y se ha internacionalizado en gran medida a través del tiempo demostrando que se mantiene actualizada. Además, se evidenció que en la fábrica todo es automatizado, que programan la producción y hay pocos colaboradores que vigilan las maquinas, por lo cual optimizan capital humano y costos.

Por último, en Val 'Quirico, que fue una visita cultural, en esta se evidenció un modelo de negocio inspirado en una colonia italiana llamada toscana, la cual se ha vuelto importante en la economía del PIB del estado de Xoxtla, esto ha atraído a muchas personas como turistas, inversionistas tanto en el proyecto de locales como en las residencias. Por lo anterior, se evidencia que se han digitalizado y que por medio de las redes han hecho que este lugar se conozca por todo el mundo y que muchas personas anualmente vayan y consuman.

Empresas colombianas

En Colombia, el management digital está cobrando cada vez más relevancia. Según un informe del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) en 2023, el 75% de las empresas colombianas han iniciado algún proceso de transformación digital. Este informe también destaca que un 50% de estas empresas utilizan herramientas digitales en recursos humanos, un 60% busca optimizar la cadena de suministro desde la producción hasta la distribución y un 70% implementa estrategias digitales en negociaciones, ventas y marketing. Unos ejemplos son:

Rappi, la plataforma de entregas más grande de Colombia ha implementado un sistema de gestión de flotas digital de vanguardia. Esta solución tecnológica permite una

optimización considerable en la logística de sus operaciones, desde la asignación eficiente de entregas hasta la reducción de costos en la gestión de la flota de repartidores. Además, Rappi ha desarrollado aplicaciones móviles avanzadas tanto para sus usuarios como para los repartidores, brindando una experiencia fluida y eficiente en la entrega de productos y servicios.

El Banco de Bogotá ha liderado la transformación digital en el sector bancario colombiano con una plataforma digital innovadora. Esta plataforma permite a sus clientes realizar una amplia gama de transacciones bancarias desde dispositivos móviles o computadoras, sin restricciones de tiempo o ubicación. Además de servicios bancarios básicos como transferencias y pagos, la plataforma ofrece funciones avanzadas de gestión financiera, como inversiones, préstamos y asesoramiento, proporcionando una experiencia bancaria integral y conveniente.

El Grupo Éxito, la cadena de supermercados más grande de Colombia, ha implementado un sistema integral de gestión de inventario basado en tecnología digital. Esta solución optimiza la disponibilidad de productos en sus establecimientos al agilizar los procesos de seguimiento y reposición de inventario. El uso de tecnología avanzada en la gestión de inventario permite al Grupo Éxito reducir costos operativos, minimizar el desperdicio de productos y mejorar la experiencia del cliente al garantizar la disponibilidad de productos requeridos en sus tiendas físicas y en línea.

Comparación entre empresas de México y Colombia

Las diferencias entre las empresas mexicanas y colombianas en su enfoque hacia la transformación digital son notables. En México, se observa una mayor concentración en

sectores como la industria automotriz, manufacturera y de alimentos, destacándose por la implementación de herramientas digitales para optimizar procesos de producción y mejorar estrategias de marketing.

Por otro lado, en Colombia, la transformación digital se extiende a diversas industrias, desde el sector financiero con innovaciones bancarias hasta el comercio minorista con mejoras en la gestión de inventario y la logística de entrega. Aunque las empresas colombianas muestran un ímpetu creciente en la adopción de tecnologías digitales, podrían estar en una etapa ligeramente menos avanzada en comparación con algunas áreas específicas de adopción de herramientas digitales en México.

En términos de áreas de énfasis, las empresas mexicanas han puesto mayor atención en la optimización de procesos industriales y estrategias de marketing, mientras que las empresas colombianas se enfocan en soluciones digitales que mejoran la logística, la banca en línea y sistemas avanzados de gestión de inventario, priorizando la mejora de la experiencia del cliente y la optimización de la cadena de suministro. A pesar de estas diferencias, ambas naciones demuestran un progreso significativo en su viaje hacia la transformación digital, cada una con sus propias estrategias y prioridades en el mercado empresarial.

Creación de estrategias en el management digital

Las estrategias del management digital se centran en el uso efectivo de la tecnología para mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad de una organización. (Juan Carlos Silva 2004). Por lo cual es importante adaptar las estrategias empresariales para enfocarlas en:

Primero, lograr una transformación digital completa, desde los procesos internos hasta los externos. Esto requiere un análisis funcional y operativo que incluya elementos lógicos y físicos, lenguajes de alto nivel, programas comerciales y una arquitectura de cómputo para la accesibilidad de la información en medios electrónicos (Alvares Moreno; Marcos Rene; 2006). También, enfocadas en el Customer Relationship Management (CRM) donde estén encaminadas en gestionar las relaciones con los clientes, recopilando los datos, analizando comportamientos y preferencias para mejorar la interacción y la satisfacción del cliente. Esto también facilita la internacionalización al conocer mejor el mercado objetivo.

Otras, deben estar enfocadas en, la gestión de datos, las cuales sirvan para recopilar, almacenar y analizar datos de manera efectiva, incluyendo el uso de análisis de big data y técnicas de inteligencia artificial para obtener información valiosa, teniendo en cuenta todas las medidas de ciberseguridad. Según María de Lourdes Amador (2022) otras deben estar enfocadas a la innovación continua, las cuales fomenten un entorno que promueva la innovación constante, ya sea a través de laboratorios de ideas, programas de incubación de proyectos o colaboraciones con startups, para que se mantenga a través del tiempo y pueda seguir en el mercado.

Otras, deben estar enfocadas, en la colaboración digital para mejorar la colaboración entre equipos, especialmente en entornos remotos o distribuidos, mejorando los procesos internos y ayudando a agilizar la comunicación dentro de la empresa, optimizando los procesos y obteniendo al final una respuesta más rápido para el consumidor. Otras podrían ser enfocadas al análisis predictivo para pronosticar tendencias futuras, comportamientos del mercado y oportunidades potenciales, dando también una mejora a las negociaciones

que pueda realizar la empresa. Por último, estrategias enfocadas a utilizar herramientas o tecnología de personalización para dar al cliente una mejor experiencia con el producto y otras en ventas y marketing digital, para posicionar la marca, darla a conocer y atraer clientes por medio de páginas web, redes sociales, entre otros.

Según Cris Helen Diaz (2023) la digitalización se asocia a 3 fenómenos automatización, desmaterialización y reorganización de patrones de intermediación. La digitalización afecta todos los procesos empresariales, desde el modelo de negocio hasta las relaciones con las partes interesadas, por lo cual no debe iniciar con una visión holística para el negocio que busca aprovechar la tecnología para lograr una ventaja competitiva.

Retos y ámbitos de mejora

Sin embargo, según Enrique Carlos Núñez (2020) aún hay algunos desafíos a los que se tienen que enfrentar las empresas colombianas y mexicanas para implementar el management digital como lo son la falta de recursos humanos capacitados, ya que este requiere de profesionales con conocimientos y habilidades en tecnologías digitales puesto que, en Colombia y México, existe una escasez de estos profesionales, lo que puede dificultar la adopción de estas tecnologías. Otro reto es la resistencia al cambio, puesto que el cambio puede ser difícil para las personas, y la adopción de nuevas tecnologías puede generar resistencia en los empleados, por lo tanto, es importante que las empresas desarrollen estrategias para gestionar el cambio y ayudar a los empleados a adaptarse a las nuevas tecnologías. Por último, están los riesgos de seguridad cibernética, ya que el uso de tecnologías digitales también conlleva riesgos en los cuales se pueda filtrar información por lo que las empresas deben tomar medidas para proteger sus datos y sistemas informáticos.

Para superar los desafíos mencionados anteriormente, las empresas colombianas y mexicanas podrían:

- Invertir en la capacitación de sus empleados en tecnologías digitales.
- Desarrollar estrategias para gestionar el cambio y ayudar a los empleados a adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Implementar medidas de seguridad cibernética para proteger sus datos y sistemas informáticos.

Conclusiones

Para concluir, las empresas mexicanas y colombianas tienen la oportunidad de potenciar su competitividad y eficiencia mediante la implementación estratégica del management digital, aprovechando las tecnologías emergentes y fortaleciendo su capacidad para adaptarse a un mercado en constante evolución. El compromiso con la capacitación, la innovación y la protección de datos permitirá a estas empresas no solo mantenerse relevantes, sino también destacarse en un mundo empresarial cada vez más digital y competitivo.

Otra conclusión es que tanto las empresas mexicanas como colombianas evidencian un claro impulso hacia la adopción de tecnologías digitales para mejorar la eficiencia, optimizar procesos y mantenerse competitivas en un entorno empresarial cada vez más digitalizado, sin embargo, se evidencia que México está un poco más enfocado en mejorar los procesos internos.

Por último, tras analizar las estrategias en el management digital y los retos asociados a su implementación en empresas de México y Colombia, se destaca la

importancia de adaptarse a un entorno empresarial cada vez más digitalizado. Las estrategias enfocadas en la transformación digital integral, la gestión de datos, la innovación continua y la colaboración digital emergen como pilares fundamentales para el éxito empresarial en el panorama actual.

Referencias

Alvares Moreno; Marcos Rene. (2006). Procesamiento y gestión digital de la información. file:///C:/Users/anama/Downloads/28590206%20(1).pdf

Cañas, A. (2023, septiembre 21). ¿Qué es un Digital Manager y qué funciones tiene? <https://www.novicell.es/es/blog/digital-manager-funciones>

Cris Helen Diaz. (2023). Blackboard. Contenido / Diplomado Internacional en estrategia de negocios e innovación organizacional.
https://upaep.blackboard.com/ultra/courses/_113440489_1/outline

Cruz, A. L. (2023, Julio 23). ¿Qué es el digital management? - Eniun.
<https://www.eniun.com/que-es-el-digital-management/>

Eduardo Avendaño A. (2016). El imperativo digital: la gestión empresarial en la era digital.
file:///C:/Users/anama/Downloads/937dd70ffd9891528166c574e613b67d%20(1).pdf

Enrique Carlos Núñez. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. file:///C:/Users/anama/Downloads/mhgonzalez,+2915-Texto+del+art%C3%ADculo-7950-1-18-20200526+(1).pdf

Juan Carlos Silva. 2004. La economía digital y el management.

file:///C:/Users/anama/Downloads/journaladm,+162.pdf

María de Lourdes Amador. (2022). Desempeño económico, implementación de las TIC e innovación en empresas, comparativo entre México y Colombia.

file:///C:/Users/anama/Downloads/3286-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12965-3-10-20230316.pdf

¿Qué son los negocios internacionales? - SNHU. (2023, November 4).

<https://es.snhu.edu/noticias/que-son-los-negocios-internacionales>

Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos. Power data. <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>

Zamarrón, I., & Staff, F. (2023, October 13). Ellos son los CIOs genios de la transformación digital de Forbes México 2023. Forbes México.

<https://www.forbes.com.mx/ellos-son-los-cios-genios-de-la-transformacion-digital-de-forbes-mexico-2023/>