

COLOMBIA TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA

• Somos promotores de competitividad y productividad •

2017



**¿Qué es el PTP
y cómo trabaja?**

Nuestra estrategia...

Ayudamos a mejorar los procesos productivos de las empresas.

+ EFICIENCIA
- COSTOS
+ RENTABILIDAD

Entre 2008 y 2016, el PTP concentró su trabajo en 20 sectores



Con la expedición de la Política de Desarrollo Productivo, en agosto de 2016, el PTP asume la responsabilidad de liderar en el sector comercio las acciones y herramientas para aumentar la productividad de los sectores definidos en una nueva priorización.



Esta nueva priorización, focalizó el trabajo del PTP en **12 sectores + turismo**, bajo la sombrilla de 6 cadenas.

Desde 2017, el PTP atiende 12 sectores + turismo

Cacao y sus derivados 	Cosméticos y aseo 	Industrias del movimiento 	Servicios (software, TI, BPO, KPO, ITO) 	Textiles y confección 	Turismo naturaleza 
Café y sus derivados 	Farmacéutico 				
Alimentos procesados 	Plástico y pinturas 	Soluciones para la construcción 			
Frutas y derivados 	Químico y abonos 				
AGROALIMENTOS	QUÍMICOS	METALMECÁNICA	INDUSTRIAS 4.0	SISTEMA MODA	TURISMO

En 2017 el PTP suma nuevas acciones para responder a la PDP

Con la Política de Desarrollo Productivo, el PTP comienza un trabajo cercano con las regiones para apoyar el tejido empresarial de los sectores priorizados, en busca de elevar su productividad (eficiencia) y competitividad, a través de nuevas herramientas de atención e intervención directa en las compañías.



Promovemos la sofisticación de los sectores productivos y la diversificación de la oferta exportable



Apoyamos el desarrollo productivo de las regiones, fortaleciendo clústeres e iniciativas de crecimiento empresarial



Trabajamos en el cierre de brechas de competitividad de los sectores para posicionar su oferta en el mercado global.

#TRANSFORMACIÓN
Digital

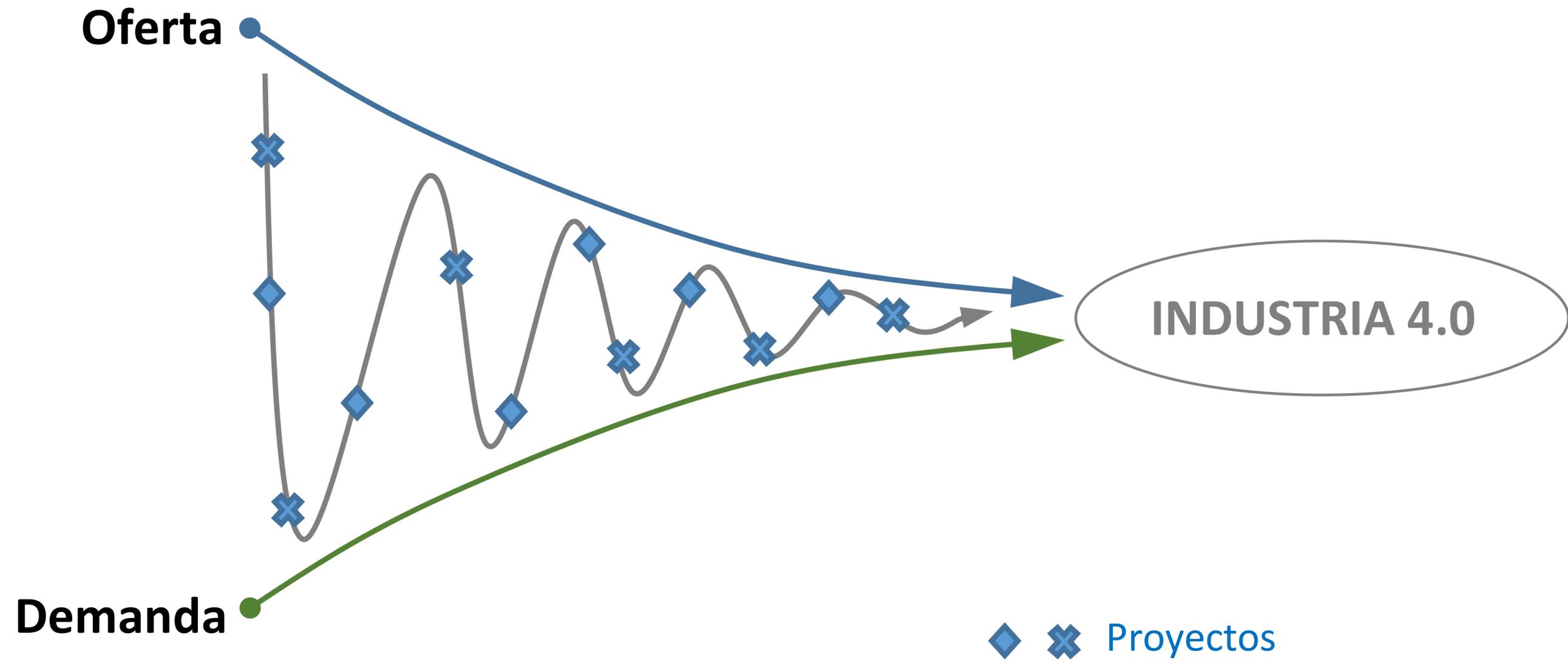
**para la productividad
empresarial**

Tecnología:
Tiene un rol fundamental en el mejoramiento de la productividad y de la calidad de la industria

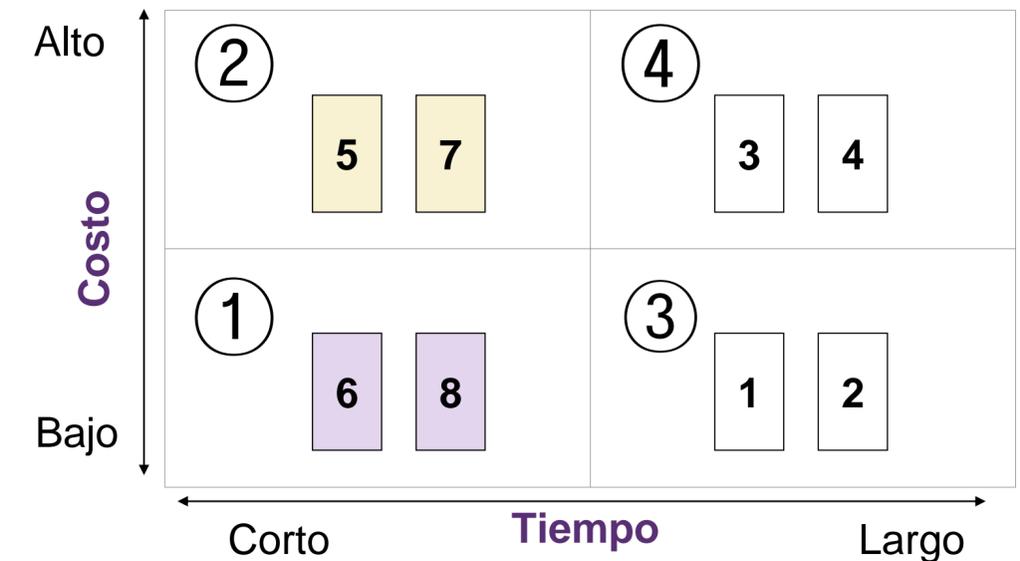
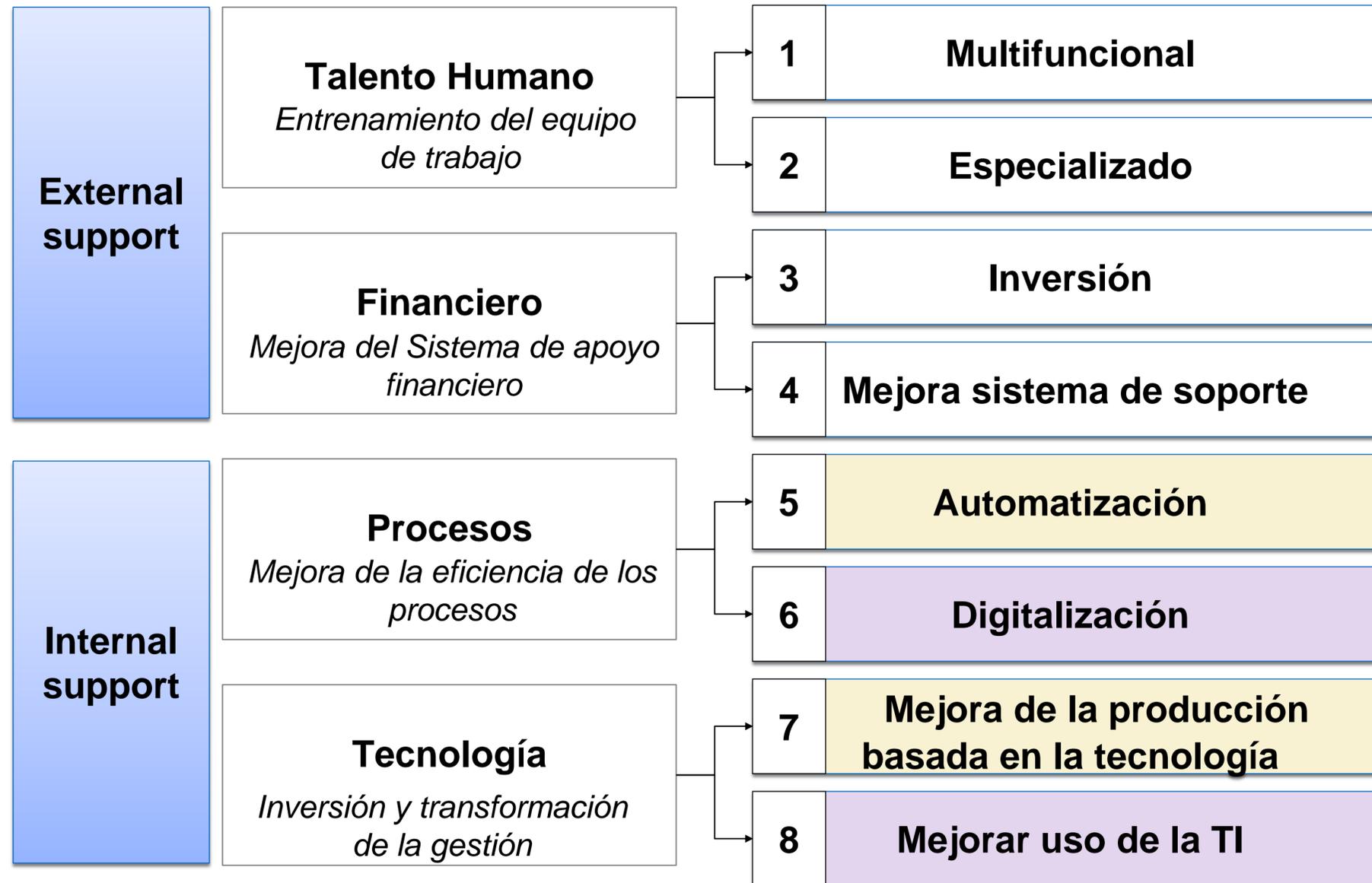
Creación de valor en productos, servicios y procesos



Desconocimiento y baja apropiación de tecnologías por parte de la industria colombiana...



Mejorar la productividad requiere intervención en 4 áreas:



- (1) Debe ser realizado
- (2) Necesario realizar, fortalece competitividad
- (3) Debería ser realizado, mejora competitividad a largo plazo
- (4) Depende de planes y liderazgo de gobierno a largo plazo

Cooperación PTP y Corea: Caso de éxito de adopción de tecnologías de la información en las empresas

Knowledge Sharing Program

Aunque los empresarios consideran urgente e importante su transformación digital, es necesario intervenir en la transformación de las organizaciones para promover el uso de herramientas sofisticadas

VISIÓN – GOBERNANZA - COMPROMISO



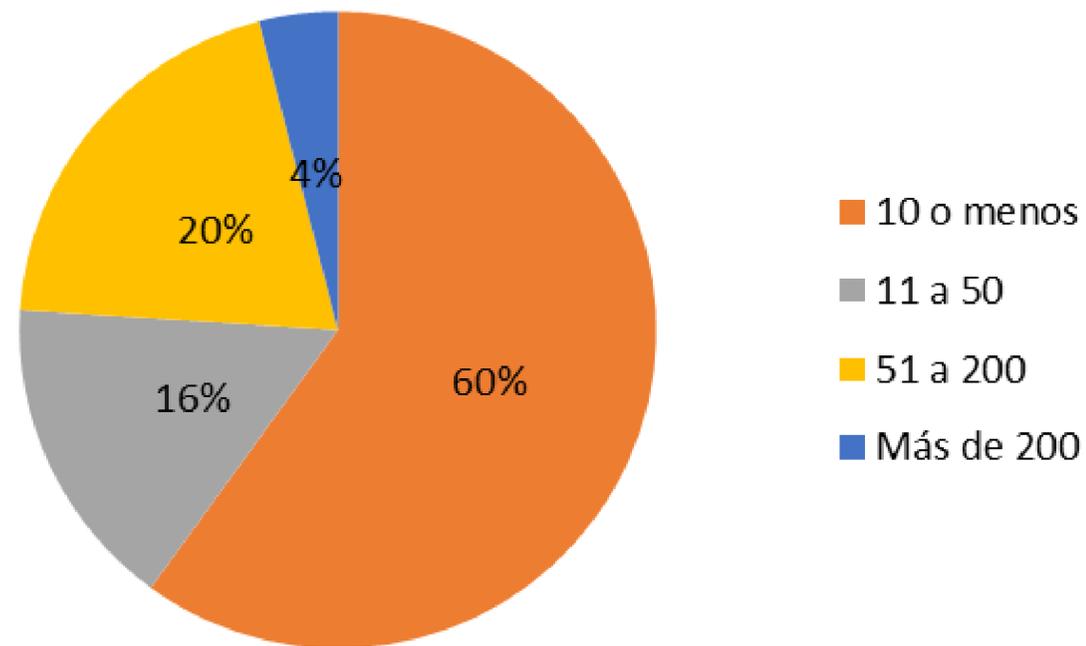
Metodología de análisis de digitalización en Procesos- PTP

La metodología permite:

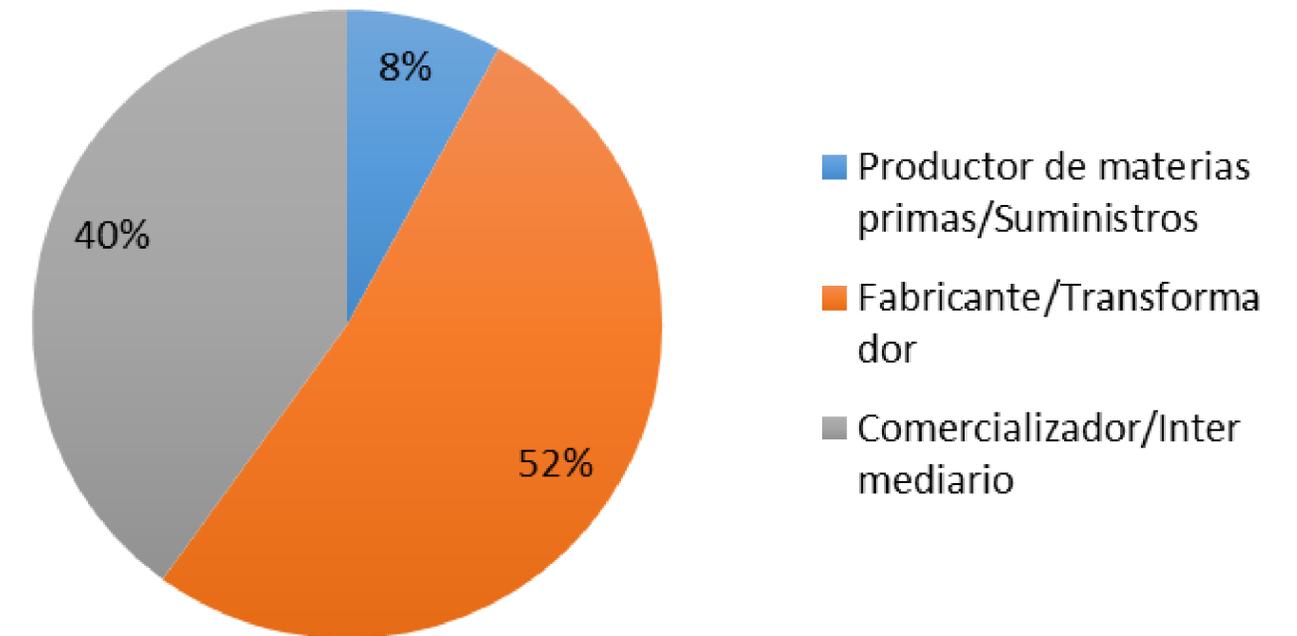
- Para las empresas participantes
 - Diagnóstico de estado su madurez de digitalización productiva y comparación frente a la media sectorial (*Formato y autodiagnóstico*)
 - Plan de mejora para su digitalización general (*Formato caracterizado por sector*)
- Conocer y actualizar el nivel de digitalización por sector (Por departamento o nicho definido)
 - El análisis agregado sectorial, proyecta información fundamental con 3 propósitos: medición del estado de digitalización de cada empresa respecto a la media de su sector (**demanda**), especialización de las empresas del sector de software y TI (**oferta**), y formulación de programas para conectar oferta con demanda (**Institucional**).

Sector Cosméticos - Caracterización Poblacional del análisis

Número de empleados de la compañía



Eslabón al que pertenecen



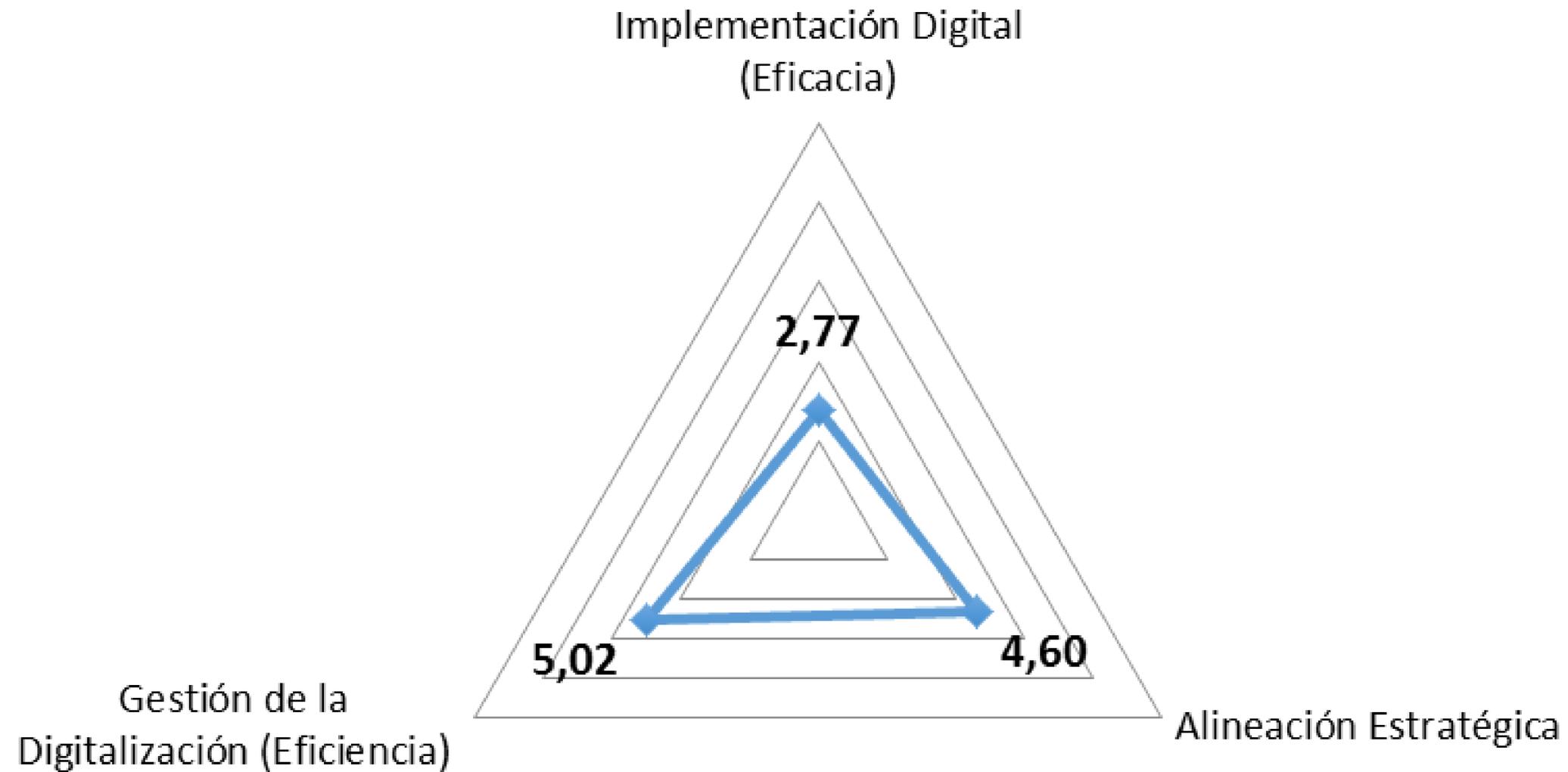
Oportunidades para la transformación Digital en cosméticos

IMPORTANCIA



Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios del sector cosméticos

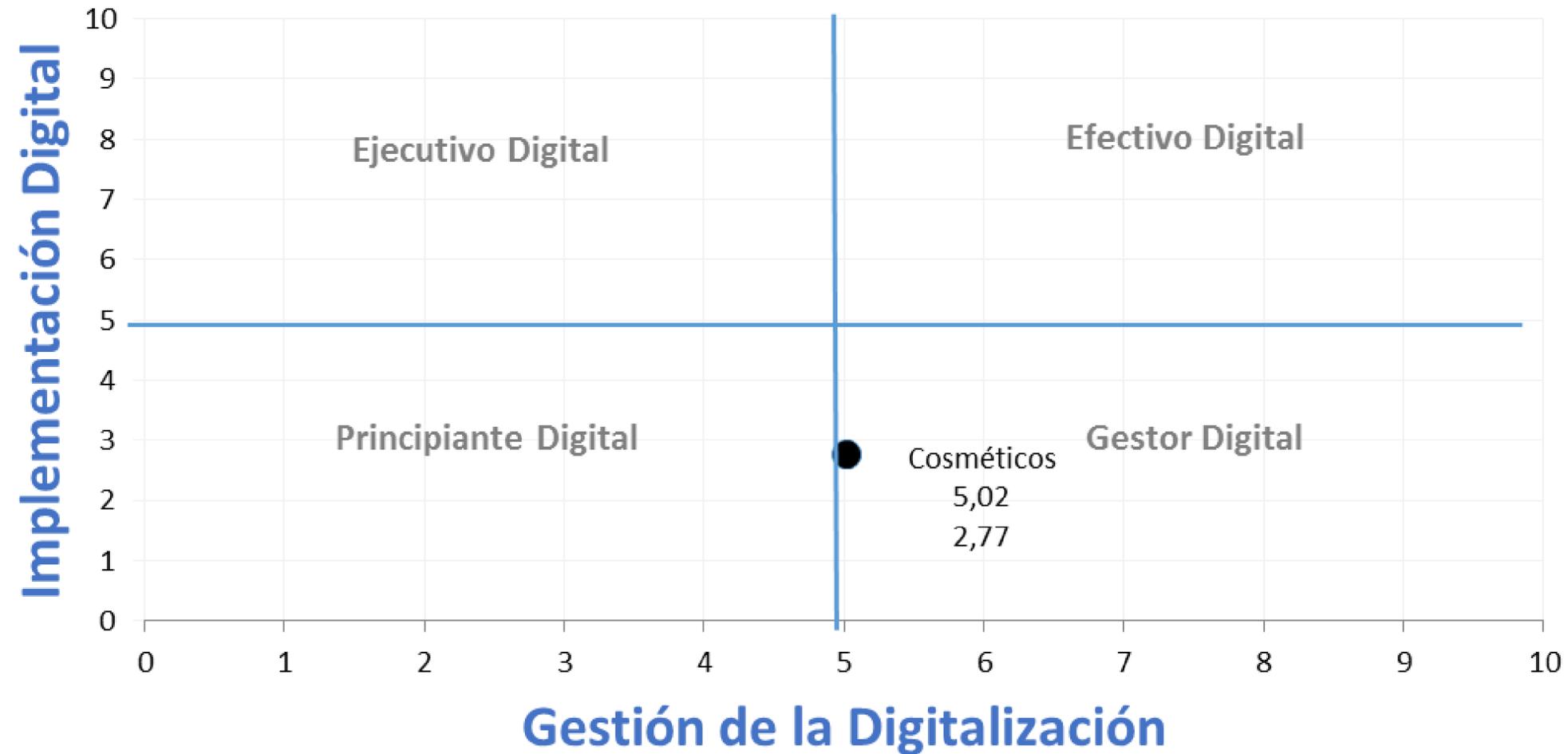
Indicadores Sectoriales de Transformación Digital



El sector de cosméticos no está lejos de la media en los 7 sectores analizados

DESEMPEÑO DE LA DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

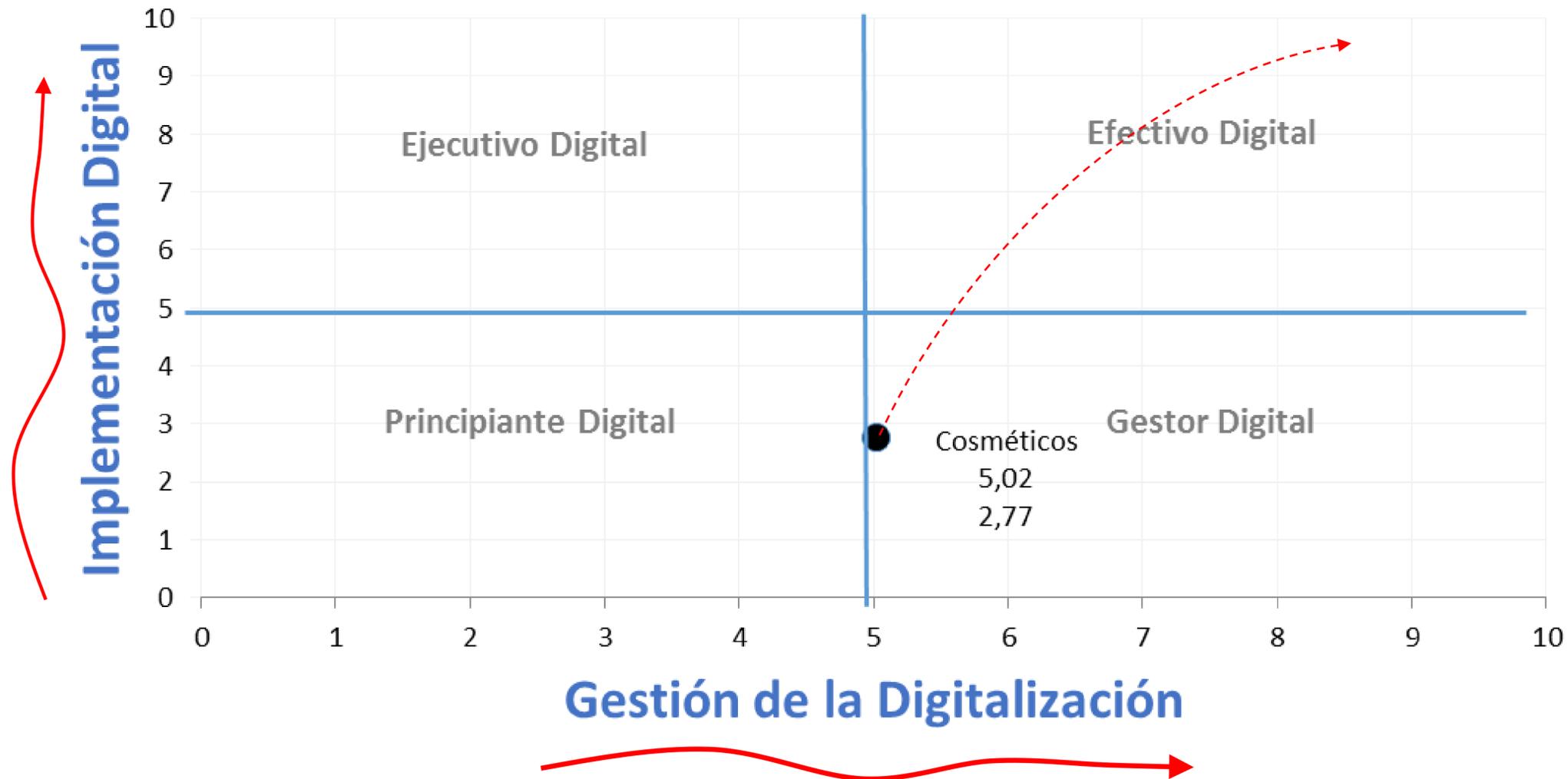
REALIDAD



Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

DESEMPEÑO DE LA DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

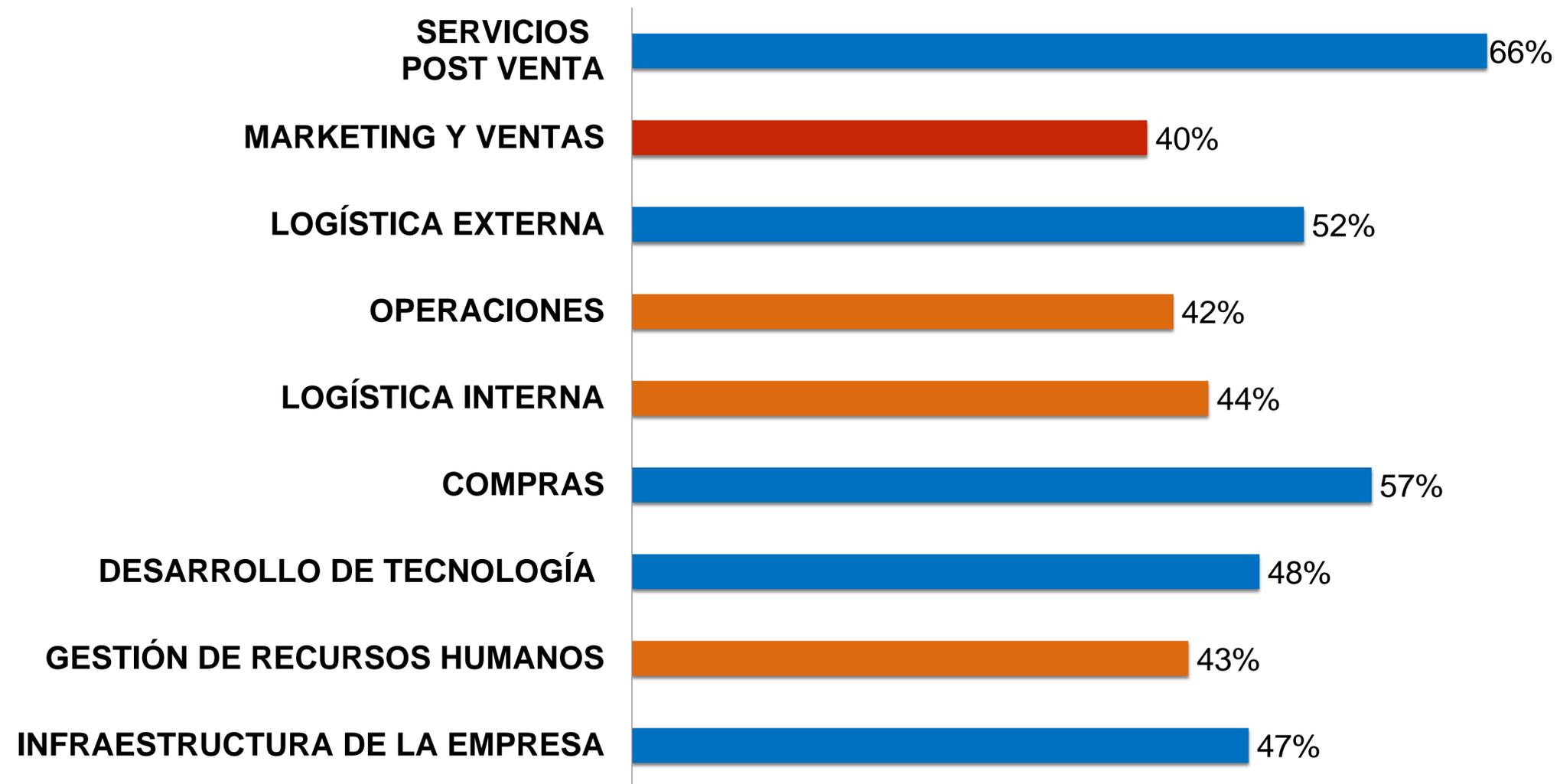
REALIDAD vs EXPECTATIVA



Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

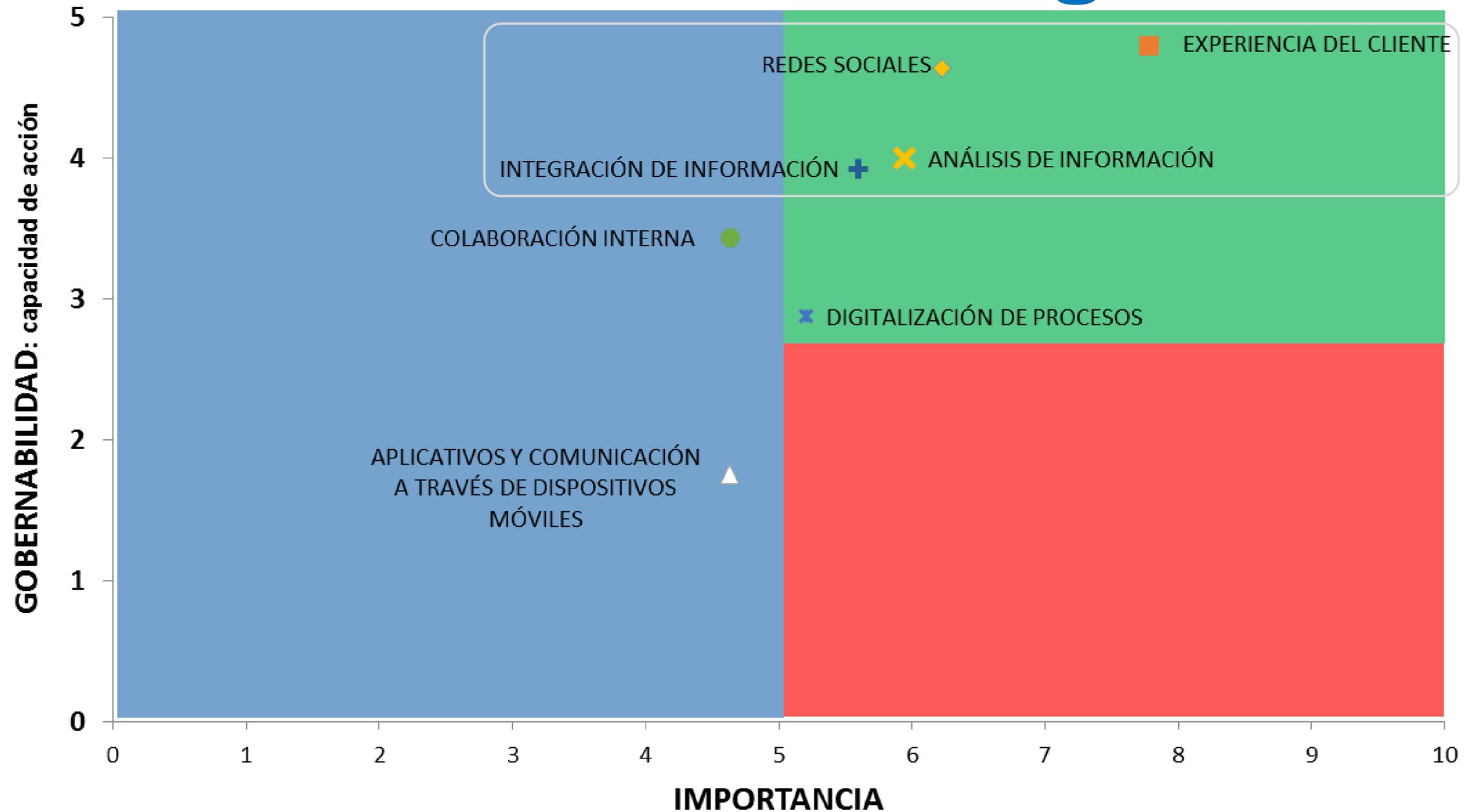
Comercial, operaciones internas y recursos humanos, las áreas con mayores retos

DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA



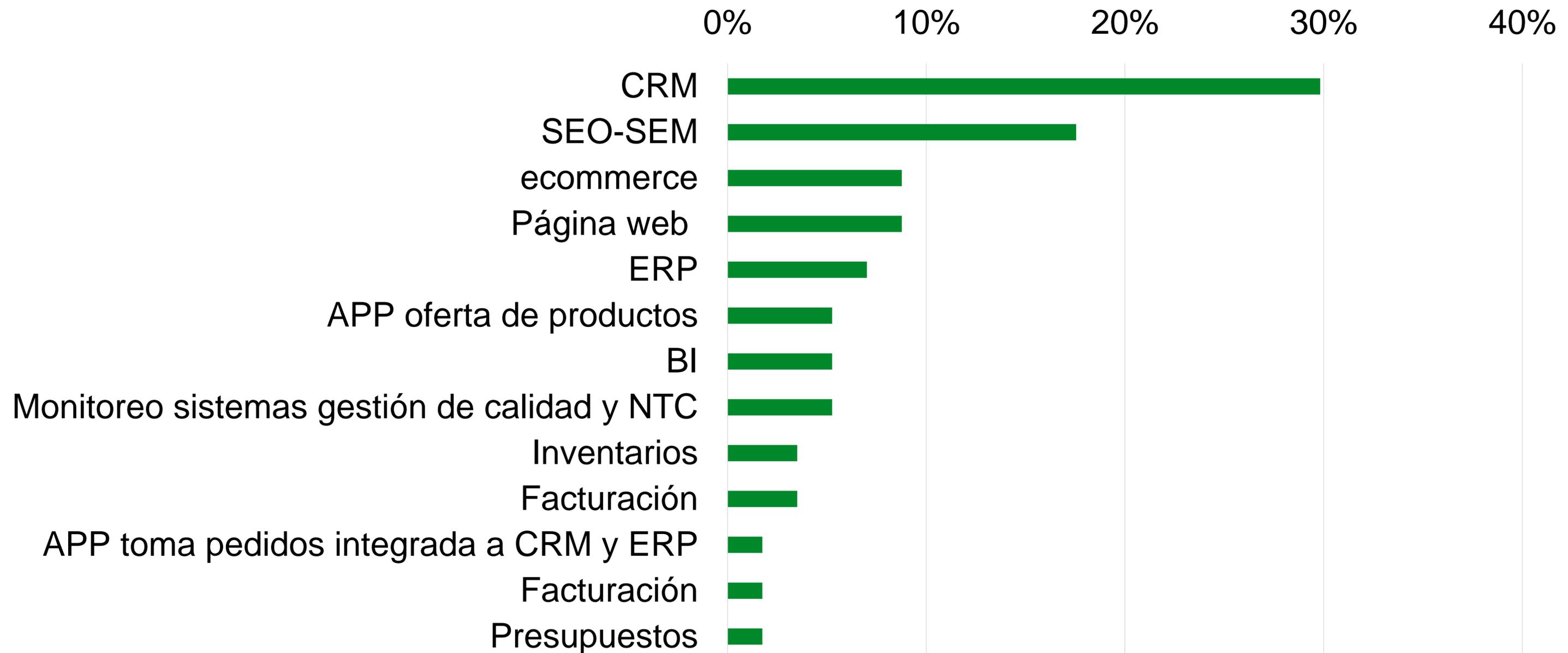
Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

Prioridades estratégicas



Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

Soluciones prioritarias



Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

Los retos van más allá de lo evidente

72% de las compañías soportan principalmente sus estrategias de marketing digital en redes sociales, aún cuando solo el **52%** cuentan con página web

El **83%** de las empresas no automatiza el proceso de comunicación y seguimiento con sus potenciales clientes.

Sólo el **3%** le permite conocer a sus clientes el estado de su proceso en tiempo real

El **4%** de las empresas tienen herramientas que facilitan el teletrabajo

Las empresas **no utilizan la tecnología móvil** para dinamizar el relacionamiento con sus clientes.

Fuente: Análisis realizado por el PTP con empresarios de Cosméticos y Aseo

EL COMERCIO ELECTRÓNICO ESTÁ TRANSFORMANDO EL FLUJO DE BIENES Y SERVICIOS

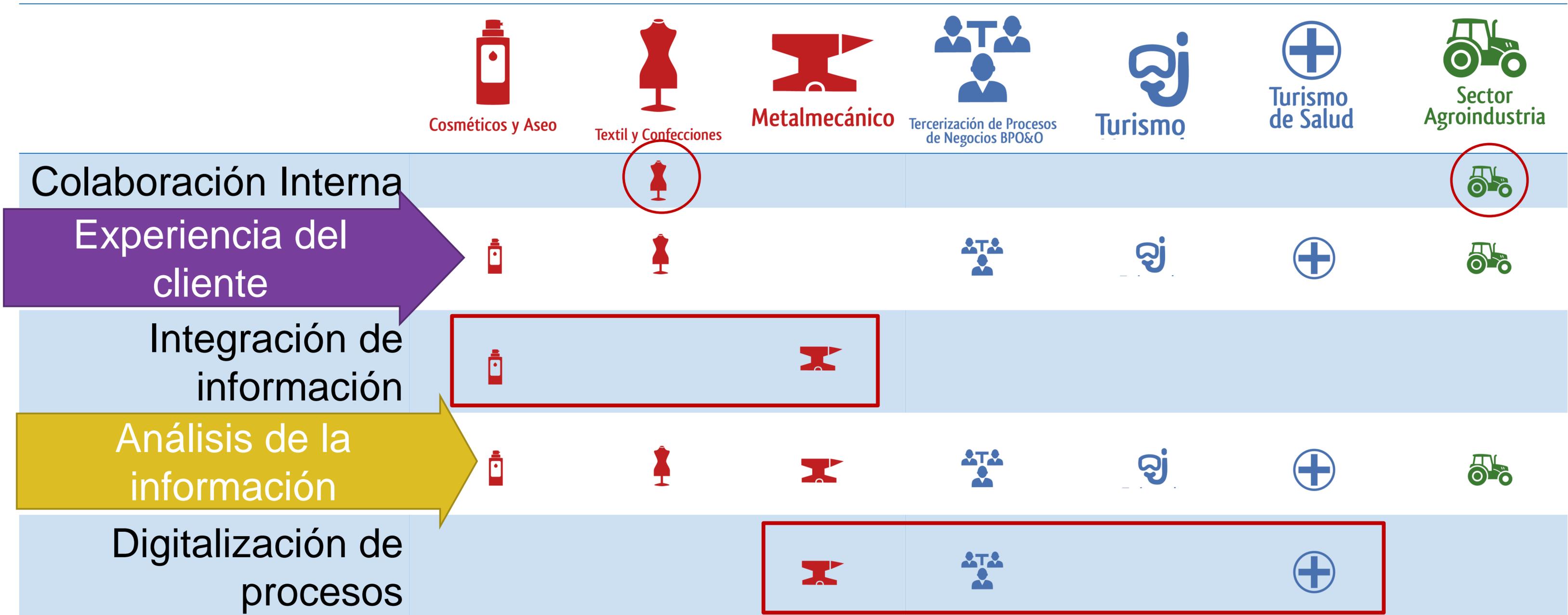
El 88% de las empresas no permiten la compra de sus productos o servicios en línea. *El 12% permite compra de los principales productos*

Nuevos canales de acceso a mercados internacionales

RETOS:

- Inclusión de la oferta nacional en las cadenas globales de valor
- Aprovechamiento de los acuerdos comerciales
- Posicionamiento de los productos colombianos en los mercados internacionales

Todos tienen necesidades diferentes



NIVEL DE DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS EN COSMÉTICOS

72% consideran urgente desarrollar actividades encaminadas a su transformación digital

Vs 76%

41% tienen o consideran tener personal para actividades digitales

Vs 35%

24% se han preparado para la digitalización

Vs 20%

23% cuentan con presupuesto dedicado o por proyectos

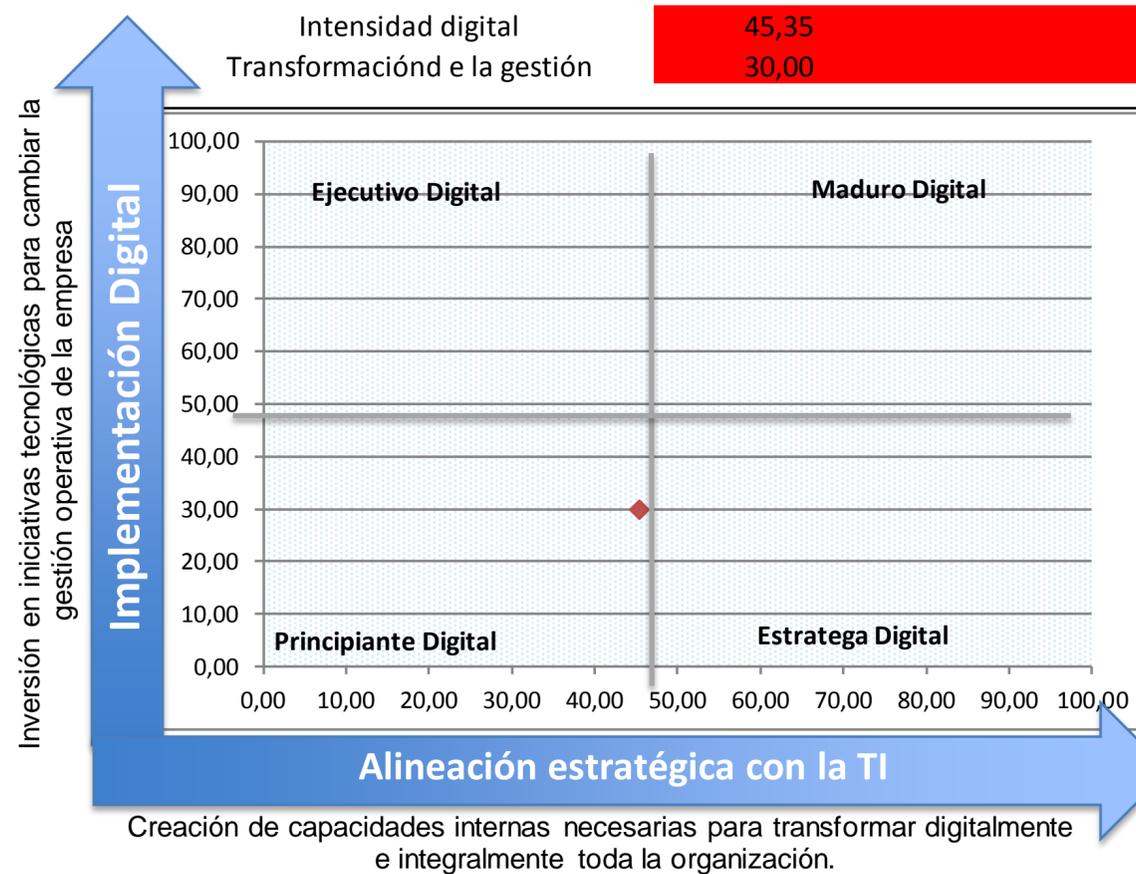
Vs 21%

Instrumento empresarial

La madurez digital se considera como un estado en que la organización utiliza herramientas sofisticadas para lograr un mejor rendimiento. Consiste entonces en sobresalir en dos dimensiones:

1. **La intensidad digital:** Mide la inversión en iniciativas tecnológicas para cambiar la gestión operativa de la empresa (relación con clientes, operaciones, modelo de negocio). Muchas organizaciones están invirtiendo mucho en esta dimensión, pero los problemas vienen en muchos casos de la falta de una estrategia coordinada y de la desorganización.
2. **La intensidad de la transformación en la gestión:** Las organizaciones situadas a lo largo de esta dimensión están creando internamente las capacidades de liderazgo necesarias para transformar digitalmente y de manera integral toda la organización.

NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS

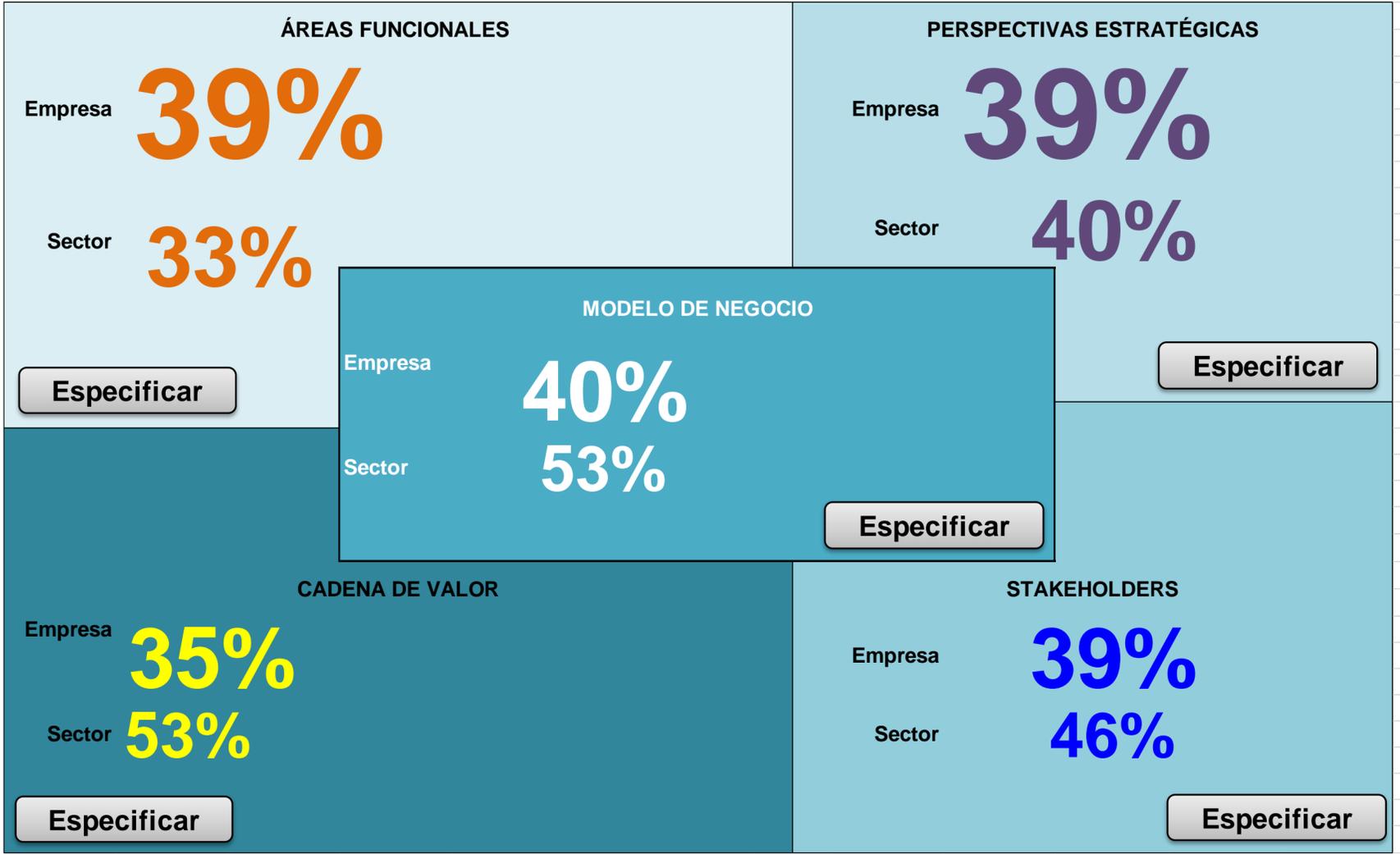


Volver a Resultados

HOJAS DE RUTA HACIA LA DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS

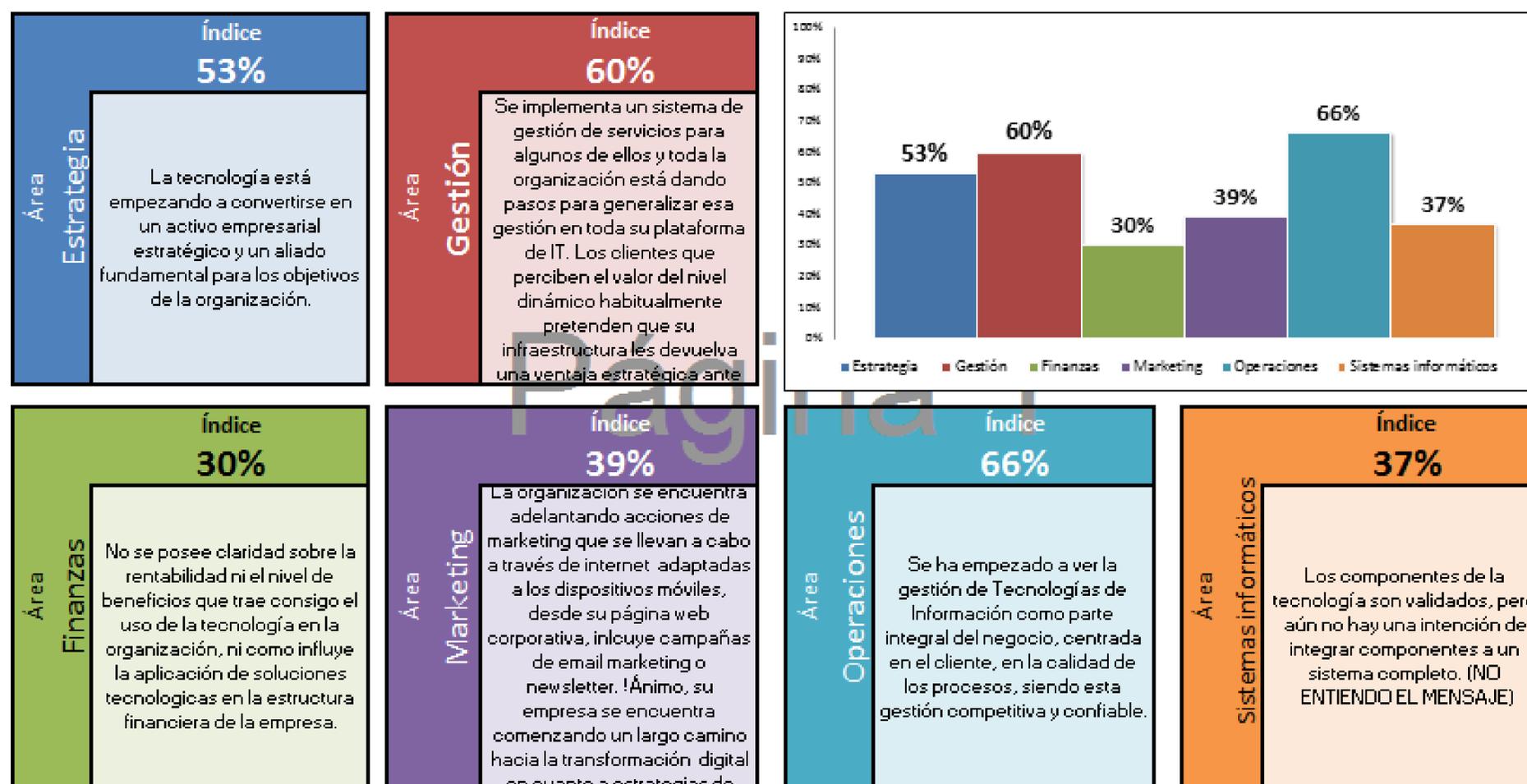


NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DIGITAL PRODUCTIVA: HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

ANÁLISIS DE ÁREAS FUNCIONALES



NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DIGITAL PRODUCTIVA: HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA					Margen	
<p>Una infraestructura digitalizada es aquella donde los niveles de calidad de los despliegos y actividades son máximos y los procesos que utilizan están optimizados de manera que permitan a las empresas desempeñar sus funciones más importantes en el mercado nacional y la expansión de la empresa. La seguridad es garantizada de manera más sencilla y la respuesta ante las amenazas y ataques es rápida y controlada. El uso de técnicas de despliegue automatizado permite reducir los costos al mismo, se evitan los tiempos y problemas de la operación. El número de inspecciones necesarias es también mínimo y el proceso de calidad de los despliegos requiere una revisión interactiva manual.</p>						63%
<p>Ofrece a sus empleados oportunidades de aprender, progresar y participar del éxito que arroja, al mismo tiempo que adapta los factores organizacionales y tecnológicos para la creación de un espacio que favorezca el aprendizaje organizacional.</p>						61%
<p>Se han desarrollado herramientas analíticas para la simulación y análisis de la aplicación.</p>						53%
COMPRAS					Margen	
<p>Se encuentran los medios para optimizar las compras y adquisiciones en la organización. A través de la digitalización es posible la trazabilidad y optimización de los procedimientos.</p>						55%
<p>LOGÍSTICA INTERNA</p> <p>54%</p> <p>Se implementa un sistema de gestión de servicios para algunos de ellos y toda la organización está dando pasos para garantizar una gestión en toda su plataforma de IT.</p>	<p>OPERACIONES</p> <p>45%</p> <p>Se requieren algunos ajustes para lograr la total alineación digital de todos los componentes del modelo de negocio.</p>	<p>LOGÍSTICA EXTERNA</p> <p>67%</p> <p>La empresa se encuentra utilizando soluciones tecnológicas para la gestión de los procesos de distribución, el uso de tecnología le ha generado ventajas competitivas frente a su competencia.</p>	<p>MARKETING Y VENTAS</p> <p>39%</p> <p>La organización se encuentra adelantando acciones que se llevan a cabo a través de internet adaptadas a las dispositivos móviles, desde su página web corporativa, incluso campañas de email marketing a sus clientes. Además, la empresa se encuentra comenzando su largo camino hacia la transformación digital en cuanto a estrategias de marketing.</p>	<p>SERVICIOS POST VENTA</p> <p>32%</p> <p>No se desarrolla parcial en documentación de procesos de cara al cliente, al igual la gestión de información se encuentra en proceso de actualización con el apoyo de los clientes.</p>		

Página 1

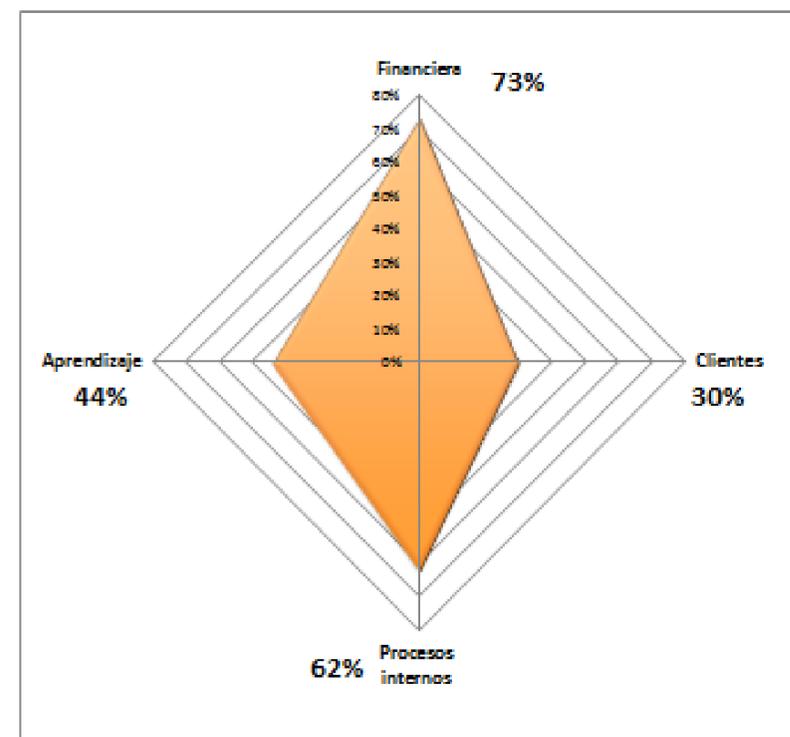
NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DIGITAL PRODUCTIVA: HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS

Perspectiva Financiera	<p>Índice 73%</p> <p>Hay - claridad suficiente sobre la rentabilidad y el nivel de beneficios que trae consigo el uso de la tecnología en la organización y como ésta influye con el uso de soluciones tecnológicas en la estructura financiera de la empresa.</p>	Perspectiva Financiera	<p>Índice 30%</p> <p>Si este mensaje ha aparecido, es por que su empresa aún es inmadura en el uso y apropiación de herramientas o adaptación de soluciones de base tecnológica que le permitan entender el mercado y el segmento de clientes, así como sus necesidades, gustos y características principales. ¡ÁNIMO, su empresa esta comenzando el camino hacia la</p>
	<p>Índice 62%</p> <p>Se implementa un sistema de gestión de servicios para algunos de ellos (QUIENES?) y toda la organización está dando pasos para generalizar esa gestión en toda su plataforma de TI.</p>		<p>Índice 44%</p> <p>Los gestores tienen conciencia sobre la importancia de las relaciones estratégicas pero éstas deben ajustarse o están en proceso de consolidación</p>



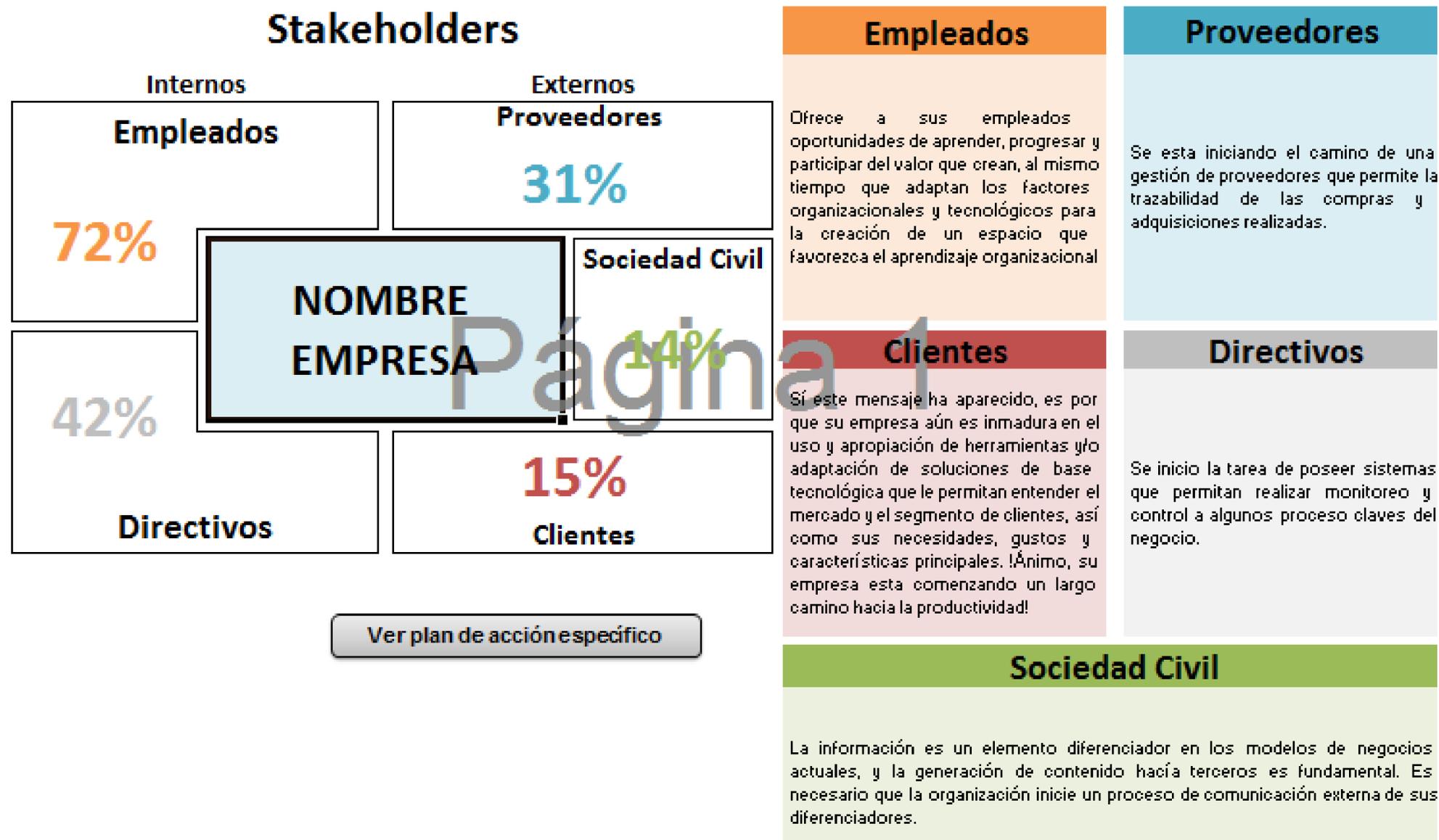
[Ver plan de acción específico](#)

NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DIGITAL PRODUCTIVA: HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS



NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS



NIVEL DE MADUREZ DIGITAL PRODUCTIVA: HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL

ANÁLISIS DEL MODELO DE NEGOCIO

Back office		Front Office	
Actividades Clave 49% Carencia de unos sistemas de información adecuados para una correcta gestión de datos, sin la capacidad para manejar los volúmenes de información requeridos, sin la granularidad y calidad exigida por el propio Regulador o sin la necesaria integración con los sistemas operacionales soporte a las áreas de negocio	Propuesta de valor 44% Deben hacerse ajustes a la estrategia de comunicación y al desarrollo de medios, las ventajas competitivas de su negocio se encuentran en desarrollo, sin embargo no marcan una diferencia con la competencia, dado que las soluciones tecnológicas que ha implementado o a intentado implementar no proveen beneficios complementarios perceptibles al mercado.	Relación con los Clientes 32% Hay un desarrollo parcial en documentación de procesos de cara al cliente, al igual la gestión de información se encuentra en proceso de estructuración aumentar el conocimiento de los clientes.	Clientes 31% El nivel de conocimiento de sus clientes es básico, aunque ha comenzado a implementar estrategias y herramientas tecnológicas, aún le queda camino por recorrer para alcanzar un conocimiento de las necesidades y requerimientos de sus clientes.
Recursos Clave 40% Los clientes internos no disfrutan de una infraestructura dinámica, por lo que no son conscientes del valor estratégico que dicha infraestructura tiene a la hora de desarrollar de manera eficiente sus actividades de negocio y mantener sus ventajas competitivas.		Canales de distribución 41% Su empresa ha dado un paso importante hacia el cambio en la gestión de los procesos de distribución, el inicio del uso de tecnologías le esta brindando la oportunidad de establecer ampliar sus canales de distribución empezando a transformar el modo	
Estructura de Costos 56% Los costes han comenzado a tener un claro control, existiendo integración entre los usuarios y los datos, desktops y servidores.		Flujo de Ingresos Existen los canales de oferta y captación de ingresos pero deben desarrollarse estrategias adecuadas para su acceso 40%	

NIVEL DE MADUREZ DE DIGITALIZACIÓN EN PROCESOS

Plan de mejora con recomendaciones para su transformación digital:

Aspectos evaluados	Estado	Estrategias	Recomendaciones para su implementación	Grado de dificultad para la implementación de la estrategia			¿En que momento debería implementar la estrategia?	
				Alto	Medio	Bajo		
Clientes	✘ 31%	Implementación de soluciones tecnológicas que permitan la satisfacción de los segmentos de los clientes	Bríndele a sus clientes soluciones ajustadas a sus necesidades, entre ellas puede tener en cuenta accesibilidad a sus servicios desde cualquier lugar y cualquier dispositivo, facilidad de uso por parte del cliente en las soluciones que tiene a su disposición. No tema en preguntarle al cliente que prefiere para hacer de su experiencia de compra cada vez más placentera, encontrará que puede extraer muchas ideas para ser ejecutadas de ellos.	X			1 Año	IMPORTANTE
		Desarrollo de una app con conexión página web	Externalice la ejecución de esta estrategia, el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles requieren de un profesional, tecnólogo o técnico para su desarrollo.		X		6 Meses	PRIORITARIO
		Establecer presencia de la empresa en red	Generar un posicionamiento en la red no es imposible, sin embargo es una labor que requiere de constancia e inversión, plantee en que motores de búsqueda, países, segmentos de clientes quiere posicionar su negocio. Cada Motor de búsqueda (Google, Yahoo, Bing, etc.) le brinda paquetes premium que van desde el más básico hasta el más avanzado. Aproveche el crecimiento orgánico que pueda generar el nombre de su empresa o su marca esto abarata costos en la estrategia de posicionamiento.			X	3 Meses	URGENTE

No importa cuantos proyectos inicie,
sino cuantos finalice con éxito



GRACIAS

Jennifer Pineda Romero
Programa de Transformación Productiva

jennifer.pineda@ptp.com.co

@jenn_pineda

