

# Cómo tener éxito en la era de la transformación digital

An aerial photograph of a city skyline at sunset, with a digital network overlay of glowing white lines and nodes connecting various points across the city. The sky is a mix of orange, purple, and blue, with the sun low on the horizon. The city below is densely packed with buildings, some of which are illuminated with lights. A large body of water is visible on the right side of the image.

Octubre, 2017

# ¿Transformación digital?



# ¿Qué pasaba antes de la transformación digital?

A nivel de individuo



# ¿Qué pasaba antes de la transformación digital?

A nivel empresarial



Uso de métodos tradicionales



Análisis básicos



Herramientas obsoletas

Poca digitalización

Alto volumen de documentos físicos

# En la era de la transformación digital: A nivel individual

Dispositivos y soluciones "Smart"

Apps predictivos

Internet de las cosas

Digital Technology



Menos volumen de cosas

Más volumen de información

¡Todo a un simple clic!

# En la era de la transformación digital: A nivel empresarial

Computación en la nube

Blockchain

Internet de las cosas

Criptomonedas

Análisis de datos  
(Data & Analytics)

Inteligencia artificial

Análisis predictivos

Digitalización

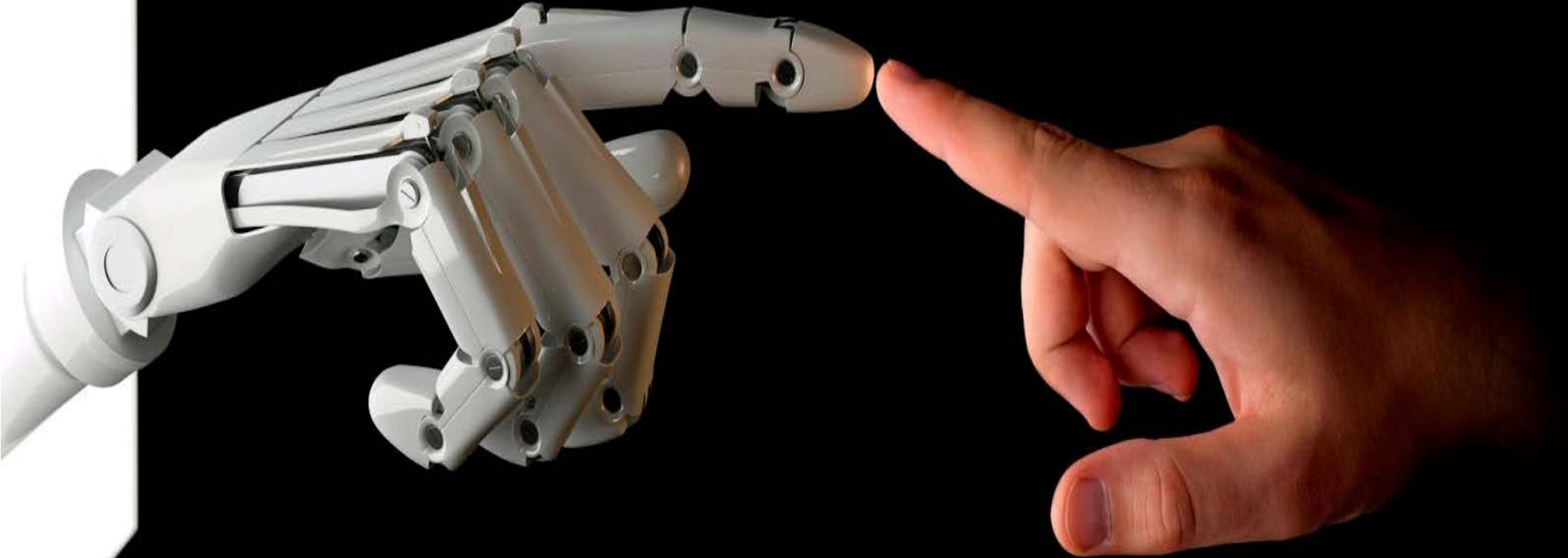


# En la era de la transformación digital: A nivel de sociedad



Ciudades inteligentes  
"Smart cities"

La transformación digital llegó para quedarse



# Factores críticos para el éxito en la transformación del negocio

Enfocarse en el cliente



Lograr un entendimiento del cliente, incluyendo sus expectativas y alineándolas con lo que ofrece la organización.

Innovación continua



Incluir la innovación continua en la cultura y estructura organizacional para poder desarrollar la ventaja competitiva de la organización.

Obtener beneficios de los cambios

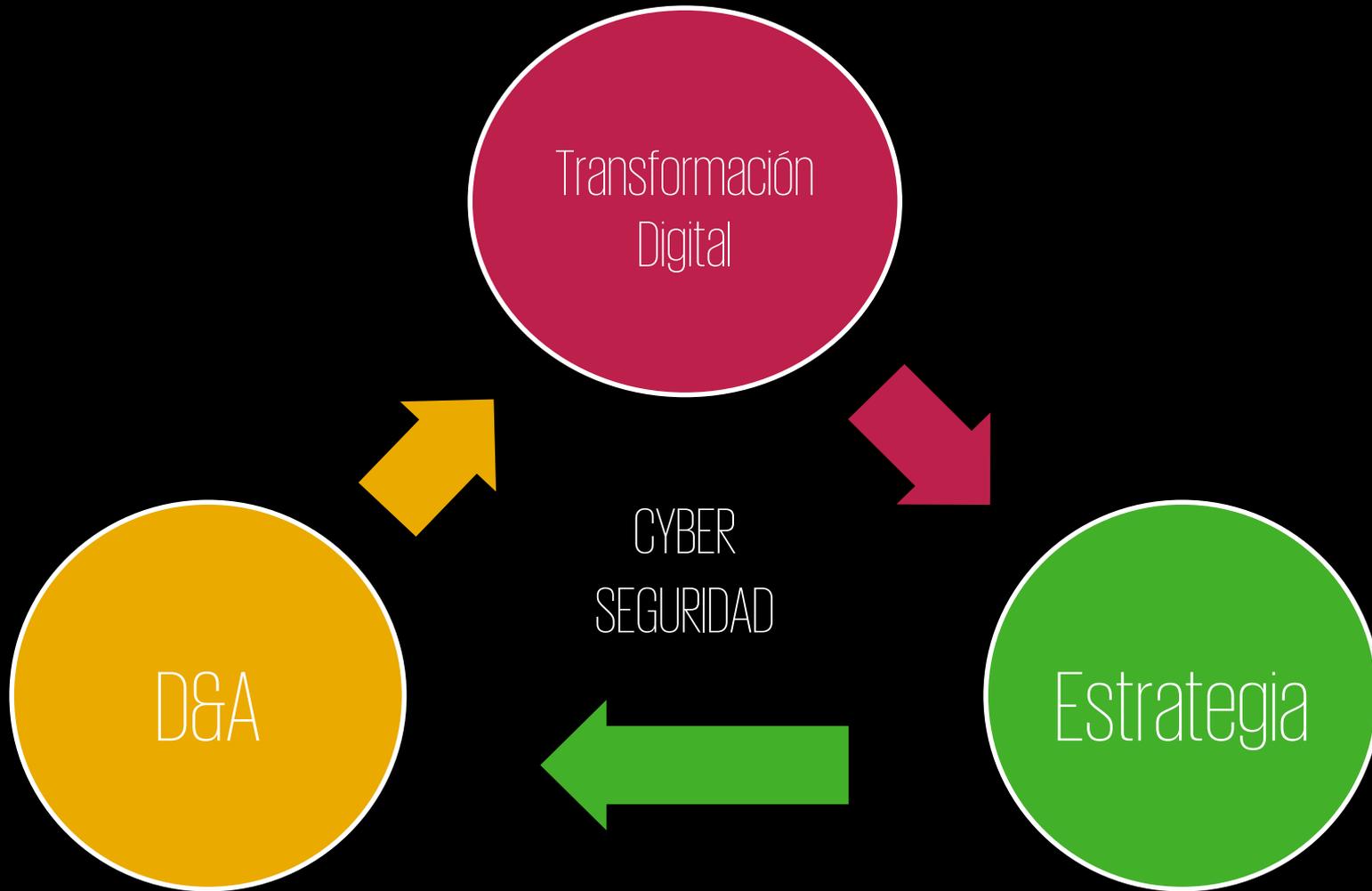


Desarrollar la agilidad empresarial, mejorar la capacidad para transformarse y adaptarse a las innovaciones que se generen.

# Causas de fallos en las transformaciones



# ¿Qué más se debe considerar?



# Riesgos relacionados a la privacidad

Financiero

Reputacional

Marca/imagen

Contractual

Legal y regulatorio

# Perspectivas globales de la encuesta

55%

55 por ciento de la gente dijo que habían decidido no comprar algo online debido a preocupaciones de privacidad.



Los encuestados en la mayoría de los países dicen que el control sobre la privacidad es más importante que la conveniencia.



Existe la percepción de que las empresas de medios sociales, juegos y entretenimiento solicitan una cantidad innecesaria de información personal.



En todos los mercados menos uno, por lo menos el 75 por ciento de los encuestados dijo que estaban incómodos con la idea de que sus datos de compras en línea se venden a terceros.

>2/3

Más de dos tercios de las personas no se sienten cómodas con las aplicaciones de smartphones y tabletas utilizando sus datos personales.



La mitad de los encuestados ya ha eliminado sus cookies del navegador de Internet o administrado su configuración de privacidad en los medios sociales.

# Perspectivas globales de la encuesta



Casi un tercio usa los modos incógnito o "no rastrear" cuando navega por la web.



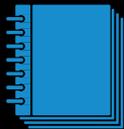
25 por ciento utilizan cifrado para proteger sus datos personales.

50%

Sólo alrededor de la mitad de la gente aceptaría productos gratuitos o más baratos a cambio de menos privacidad.



Los ingresos no parecen tener un gran impacto en la decisión de la gente de aceptar menos privacidad.



Los niveles de educación no parecen afectar las opiniones de las personas sobre la privacidad.

Fuente: Crossing the line: Staying on the right side of consumer privacy, KPMG International 2016.

Hablemos del impacto de la transformación digital

Oportunidades



# Oportunidades generadas

## Personas

- Sofisticación tecnológica.
- Acceso a más información y ofertas
- Soluciones gratuitas
- Ofertas laborales
- Movilidad

## Empresas

- Aumento de la productividad y eficiencia
- Crecimiento
- Agilidad y flexibilidad de adaptación
- Integración tecnológica

## Economía y sociedad

- Mayor competitividad
- Crecimiento
- Ambientes colaborativos
- Mejores soluciones de salud y educación
- Mejora de la calidad de vida de la ciudadanía

Smart people

Smart business



Smart houses

Smart cities

Smart world





# Contacto

**Heidy Vargas**

Senior Manager  
KPMG en Panamá  
T: 507 208-0749  
E. [hvargas@kpmg.com](mailto:hvargas@kpmg.com)



© 2017 KPMG, una sociedad civil panameña y firma de la red de firmas miembro independientes de KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Derechos reservados. KPMG International Cooperative ("KPMG International") es una entidad suiza. Las firmas miembro de la red de firmas independientes de KPMG están afiliadas a KPMG International. KPMG International no provee servicios a clientes.