

TRANSFORMACIÓN DIGITAL:

una guía de viajero para un recorrido exitoso



El recorrido desde la información digital hasta la transformación digital

Todas las organizaciones tienen información digital y sistemas de soporte y a menudo los han tenido por un largo tiempo. Sin embargo, muchas todavía tienen inconvenientes para transformar sus operaciones. No sólo se trata de hacer que la información esté disponible digitalmente, sino también lo que las organizaciones hacen con esa información, ya sea tomar decisiones, impulsar los procesos y ofrecer servicio a sus clientes.

Para ser verdaderamente transformativas en cuanto a mejorar la productividad de los empleados y el servicio al cliente, las organizaciones necesitan transformar la manera en la que piensan acerca de su información empresarial clave. Cualquier iniciativa de transformación digital sólo tendrá éxito si tiene un enfoque global para estandarizar la forma en la que la información y el contenido se administran, utilizan y comparten en toda la organización.

En este eBook, conocerá más sobre el concepto de transformación digital, el rol que tienen la información y el contenido, y cómo dar el primer paso en este recorrido. Verá las opiniones de expertos de Hyland acerca de sus experiencias con el entorno de la tecnología en evolución y conocerá cómo puede causar un impacto positivo a su personal y a sus procesos a medida que explora su propia transformación digital.

>>> Comencemos

Parte 1: introducción a la transformación digital	4
La vista desde arriba: tiempos de transformación	5
Transformación digital: ¿fantasía o realidad?	7
Parte 2: pasos prácticos para su recorrido	10
Éxito de la transformación digital: se trata más de las personas que de la tecnología	11
3 pasos para una transformación digital exitosa	14
Parte 3: marcadores que denotan su progreso	17
Transformación digital: su contenido encubierto	18
Transformación digital: bienvenido. ¡Nos alegra que esté aquí!	21
Conclusión	24

PARTE

1

UNA INTRODUCCIÓN A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



LA VISTA DESDE ARRIBA: tiempos de transformación

Por Bill Priemer, presidente y director ejecutivo, Hyland



Si existe una palabra que pueda definir lo que está sucediendo en los negocios actualmente, tal vez sea "transformación". Por cierto, el término se define como "un cambio profundo o dramático de la forma o apariencia" y no sólo resume lo que está sucediendo en la industria de la gestión de la información; los directores de informática y líderes de TI también están transformando la manera en la que piensan en la administración digital de la información en sus empresas. Ambas transformaciones están conectadas, lo que presenta una oportunidad fantástica para los negocios de hoy.

Transformación de ECM

El campo de gestión de contenido empresarial (ECM) continúa con su transformación y es evidente cuáles son las compañías que invierten en innovación, y cuáles esperan solamente que la inercia evite que sus clientes actualicen sus plataformas. De hecho, firmas de análisis como Gartner están redefiniendo el mercado, retirando el término ECM para dar lugar a un término más amplio, servicios de contenido, con el fin de discutir la forma en la que interactuamos con el contenido. Este término es más inclusivo de la naturaleza verdaderamente transformadora de las soluciones que los proveedores como Hyland ofrecen a sus clientes.

Transformación digital

No hay duda que, actualmente, la transformación digital es un tema de interés en el mundo de los negocios. Las organizaciones han administrado la información de manera digital durante décadas sin embargo, ahora se dan cuenta que solamente almacenar la información digitalmente no les permitirá tener

el grado de agilidad y eficiencia necesarias para prosperar en un ambiente de cambio y desorden constante. La compra frenética de una variedad de aplicaciones específicas en la nube tiene el potencial de ser más dañino que beneficioso, ya que crea más silos de información.

La transformación digital se trata más de un cambio en la forma de pensar que cualquier inversión individual en tecnología. Algunos de los directores ejecutivos de informática más visionarios están consolidando sus entornos en un puñado de plataformas principales para administrar las áreas claves de sus operaciones, tales como las interacciones de venta, las transacciones financieras y la información de Recursos Humanos.

Se están dando cuenta rápidamente que todavía existe una gran cantidad de contenido, procesos y casos que son administrados por aplicaciones específicas u obsoletas fuera de su plataforma. Estos diversos silos de información

desconectados hacen que sea imposible ofrecer una vista completa y centralizada de la información a su personal y a los individuos a los que sirven. Es por eso que OnBase, como una plataforma única de información empresarial, es una parte integral del camino hacia la transformación digital.

Las empresas que emprenden el viaje hacia la transformación digital se están convirtiendo en los desestabilizadores en sus industrias. Pero la pregunta que debemos hacer es, ¿queremos liderar la transformación o queremos ser desestabilizados?

No cabe duda que nuestra industria está viviendo uno de los momentos más emocionantes. El año pasado celebramos el 25.º aniversario de Hyland y en estos 25 años hemos logrado que nuestras soluciones evolucionen y se anticipen al futuro. Estamos seguros que en los próximos 25 años seremos también protagonistas de esta transformación.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL: ¿fantasía o realidad?

Por Glenn Gibson, director de marketing de productos y soluciones



Recientemente tuve el privilegio de organizar un panel de discusión sobre el tema de la transformación digital, en una conferencia de TI. Participaron una variedad interesante de expertos, proveedores, organizaciones y profesionales de TI de una variedad de industrias y sectores.

La primera pregunta para el grupo fue el título de esta publicación, ¿La transformación digital es una fantasía o una realidad?

Aquí le presentamos un resumen de la discusión.

¡Es una realidad y no puede ser ignorada!

Esta fue la respuesta definitiva en la sala. Sin embargo, el grupo presentó una idea interesante, de que esta ha sido la realidad por un largo tiempo. Lo que estamos experimentando ahora es la fase siguiente de una continuidad que comenzó hace unos 25 años con la digitalización del papel y ahora abarca muchos más elementos de la operación organizacional.

La imagen que muestra Wikipedia en la página dedicada a este tema ilustra correctamente lo inclusiva que se ha convertido esta frase, al mostrar la tradicional casilla telefónica británica pintada de color negro con el cartel de "casilla telefónica" reemplazado por la etiqueta "WiFi Here".

Los directivos de alto nivel no pueden ignorar esta tendencia. Para poder sobrevivir y prosperar como organización es imprescindible que la digitalización sea un paso fundamental.

Una sensación de déjà vu

Quizás sea por la experiencia y el conocimiento sobre gestión de contenido empresarial (ECM)

en la sala, que no fue sorprendente que la conversación comenzara a girar en torno a los posibles ahorros de costos, tiempo y personal una vez que una organización administra la información digitalmente.

Lo que fueron para mi evidencias clásicas de los beneficios en cuanto a la eficiencia, desde la digitalización y automatización de los procesos que se estaban discutiendo como ejemplos de los beneficios de la transformación digital. Sonaba muy parecido a las proposiciones de valor y los ejemplos que hemos utilizado para explicar los beneficios de ECM durante muchos años.

Cuando debatimos una pregunta sobre la relación entre la transformación digital y el concepto de ECM, el consenso en la sala fue que la idea de la gestión de contenido empresarial y de la administración de contenido digital en una ubicación centralizada con gobernanza, controles y automatización es una parte esencial de cualquier estrategia de transformación digital.

Pero va más allá de ECM. Las organizaciones

necesitan una gama de servicios de contenido, desde la captura inteligente y la automatización de procesos, hasta la gestión de casos y herramientas de colaboración, para prosperar en el entorno tecnológico cambiante.

La cruda y dura verdad: no todas las organizaciones necesitan transformarse

Aquí fue donde la conversación se volvió realmente interesante. El grupo comenzó a debatir sobre la realidad de que sólo las compañías que deben tener una transformación son aquellas que han estado en funcionamiento durante mucho tiempo, aquellas que tienen un legado de procesos basados en papel, aplicaciones de software obsoletas y arquitecturas anticuadas. Deben reimaginar la manera en la que operan, deben replantear el software que necesitan para dar soporte a sus iniciativas y rediseñar sus estrategias de información.

Como un participante señaló, “un atraso digital es un infierno”.

Continúa >>

Digital de nacimiento: una ventaja competitiva

Por el contrario, algunos de los mayores desestabilizadores en el mercado simplemente no tienen que someterse a una transformación digital, ya que han surgido en la era digital. Tienen a su disposición las últimas y mejores herramientas digitales, y a menudo han construido sus negocios en torno a las capacidades que ofrecen estas herramientas.

Para explicar esto, utilicé una analogía. Mi hermano se mudó a Letonia en 1994, y cuando fuí a visitarlo, fue como viajar al pasado. Las tiendas eran anticuadas, donde todo se encontraba detrás del mostrador, no existían los supermercados, ni los parquímetros en la calle o muchas de las cosas que yo había dado por sentado habiendo crecido en el Reino Unido.

Sin embargo, cuando Letonia se unió a la Unión Europea y comenzó a invertir en infraestructura, no tenía la carga de transformar una infraestructura existente y envejecida. Letonia

solamente tuvo que implementar las últimas tecnologías disponibles.

Me sorprendí, por ejemplo, cuando mi hermano me mostró cómo podía comprar un refresco o pagar un parquímetro por mensaje de texto. ¡Por mensaje de texto! El costo de los mismos se detallaba en su factura telefónica.

De pronto, Letonia parecía muy vanguardista y el Reino Unido parecía que tenía que ponerse al día.

Por lo tanto, para aquellos líderes que hoy están pensando en su estrategia de transformación digital, esto no puede ser simplemente una idea de fantasía futura. La realidad es que deben transformarse, y deben hacerlo rápidamente para responder a las demandas cambiantes de los consumidores, de la tecnología y de la competencia.





PARTE

PASOS PRÁCTICOS PARA SU RECORRIDO



ÉXITO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL se trata más de las personas que de la tecnología

Por Glenn Gibson, director de marketing de productos y soluciones





Como he señalado en mi artículo anterior, durante el panel de discusión, los participantes explicaron que la transformación digital es de hecho, una realidad. En este artículo, comparto los consejos que ofreció el grupo cuando propuse las siguientes preguntas, ¿cuáles son los principales bloqueos para la transformación digital? y ¿cuáles son los pasos esenciales para el éxito?

Lo que más me sorprendió de este debate fue que, si bien el tema estaba centrado en la tecnología, cada paso hacia el éxito involucraba a personas: los usuarios, los ejecutivos y los gerentes departamentales.

Paso 1: obtener la aceptación de sus usuarios

No es sorprendente que esto fue lo primero que se mencionó. Cualquiera que haya trabajado alguna vez en la implementación de cualquier tipo de proyecto tecnológico estará de acuerdo en que la aceptación del usuario es una necesidad.

“Sin la adopción del usuario, no importa lo que construya”, dijo un participante.

Esto resume claramente esta idea.

Algunas de las ideas que propusieron para obtener la adopción del usuario fueron: "hazlo muy simple" y "entusiasma a la gente, explícales los beneficios en términos que puedan entender". Esto es un ejemplo clásico de una actitud interesada.

Por supuesto, estas cosas son a menudo más fáciles de decir que de hacer, pero definitivamente no es un paso que se puede ignorar. La transformación digital es un concepto nuevo, pero que sus usuarios finales la adopten es un concepto establecido. Esto es algo que debe tener en cuenta durante su transformación.

Paso 2: asegurar la alineación de los ejecutivos

Algunas observaciones, tales como la falta de una visión coherente, o no tener consenso en la visión a nivel ejecutivo, fueron compartidas por los participantes en la sala cuando se debatieron las razones por las que las iniciativas de transformación digital han fallado.

Durante esta conversación, varias ideas fueron presentadas para posicionar el valor de la transformación digital a un ejecutivo. Un participante mencionó el concepto de unir la iniciativa a un resultado tangible con el que los ejecutivos pudieran relacionarse.

Para explicar esta cuestión, la participante compartió un ejemplo de su experiencia bancaria, donde una iniciativa exitosa de transformación digital incluyó la implementación de quioscos de autoservicio en las oficinas sucursales. Esto en definitiva, redujo la cantidad de cajeros de seis a dos, lo que aumentó la eficiencia de la sucursal.

Este debate trajo a colación la cuestión delicada de la reducción de personal, y las implicaciones posibles que una iniciativa de transformación digital podría tener en cuanto a la eliminación de puestos de trabajo. Este es un tema delicado y no era un concepto nuevo para las personas con experiencia en la gestión de contenidos empresariales (ECM) en la sala.

La capacitación y certificación de CDIA+ que obtuve en el 2005 debatía esta cuestión, en el contexto de implementación de un proyecto de ECM en el que la digitalización del papel a menudo resultaba en la eliminación de puestos de trabajo. Incluso en ese momento, la capacitación básica de ECM proponía sabiamente

[Continúa >>](#)



que la reducción de personal casi nunca sería el principal impulsor de un proyecto como este, a menos que la organización estuviera en crisis y necesitara reducir costos.

Por el contrario, se sugirió a los ejecutivos, como propuesta de valor el posicionamiento mucho más progresista de "reubicar al personal en funciones de mayor valor". Esto es tan pertinente hoy como lo era entonces.

Si una empresa está buscando la transformación, por la propia definición de la palabra, no busca simplemente permanecer estancada, realizando el mismo trabajo con menos empleados. Seguramente, es una historia mucho más convincente cuando el valor está en el crecimiento futuro de la organización y en cómo esta iniciativa ayudará a lograr más objetivos con el mismo número de empleados.

Este fue definitivamente el consenso en la sala.

Por lo tanto, la segunda recomendación de este grupo fue asegurar que haya una visión y una meta compartida a nivel ejecutivo. Esto se puede lograr vinculando la iniciativa a los objetivos de la empresa, como el potencial de crecimiento, la mejora del servicio al cliente y el aumento de la satisfacción en el trabajo, y así como estar de acuerdo en las áreas específicas de la empresa que serán abordadas, en un orden acordado y priorizado.

De hecho, una persona en la sala tenía el nuevo cargo de "Director de Transformación Digital". Conviene considerar la posibilidad de crear un

rol como éste para asegurar que haya alineación a nivel ejecutivo. Esto ayudaría a respaldar un enfoque centrado en las personas para una transformación digital.

Paso 3: no abandone a sus gerentes

La discusión hasta este punto reveló una interesante dicotomía. Por un lado, necesitamos que nuestros usuarios se sientan entusiasmados y adopten nuestra visión de la transformación digital y, por otro lado, necesitamos reconocer que esto afectará inevitablemente a los roles de trabajo individuales. Entonces, ¿quién necesita más apoyo?

Los gerentes. Estas son las personas que tienen que motivar e inspirar a sus equipos, al mismo tiempo que tienen que entregar resultados y cumplir con las expectativas de sus superiores.

Son los gerentes quienes tienen que lidiar con la palabra más frecuentemente asociada con el cambio, el miedo. "La gente teme el cambio", fue una observación sabia compartida en la sala. No son sólo los usuarios quienes pueden temer el cambio, sino también los propios gerentes quienes llevan la presión de que el cambio dé resultados.

Quien esté liderando el proyecto de transformación digital debe asegurarse que la organización proporcione a los gerentes el apoyo necesario para guiar a sus equipos a través del cambio, les proporcione un claro entendimiento de la visión y les proporcione herramientas y puntos de discusión para ayudar a administrar sus equipos durante la transformación.

Volviendo al ejemplo compartido anteriormente, en el que los quioscos bancarios acabaron por eliminar una serie de posiciones de cajeros bancarios, en esa discusión salió a la luz información muy útil e interesante. Se conocía una tasa de rotación del 40 por ciento en ese rol en particular, lo que significaba que el rol no era muy satisfactorio y era agotador buscar personal continuamente para cubrir el puesto.

Lo que finalmente logró esta iniciativa de transformación digital fue descargar el trabajo aburrido y transaccional en los quioscos y transformar el papel del cajero en un asesor del cliente. Esto se tradujo en menores tasas de rotación y una mayor satisfacción laboral para los demás cajeros, al tiempo que eliminaron la necesidad del gerente de contratar gente continuamente para cubrir el puesto.

Por cierto, lo mejor para todos los involucrados sería establecer este tipo de expectativas con el equipo directivo desde un principio y dotarlo de herramientas, capacitación y una guía de los temas a tratar para ayudar a los empleados desplazados a encontrar nuevas oportunidades y guiar al resto del personal hacia el éxito.

Eso fue todo. Los pasos hacia el éxito en la transformación digital tienen mucho menos que ver con la tecnología que con las personas. Podemos tener la seguridad de que las máquinas no se están apoderando totalmente del mundo.

Todavía no, al menos.



3 PASOS PARA UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EXITOSA

Por Jaclyn Inglis, especialista de marketing de producto





Los profesionales de TI están discutiendo el concepto de transformación digital cada vez más, pero la pregunta es: ¿cómo lo definimos? y ¿es simplemente una palabra de moda o es el nuevo paradigma y estándar para los negocios en el mundo moderno?

En una reciente conferencia de TI, los asistentes se refirieron a menudo a este tema. Pero durante un panel de discusión al que asistí, debatieron específicamente la relevancia verdadera del tema.

La transformación digital es una realidad. ¿Pero qué significa eso realmente?

Aunque el consenso en la sala fue un rotundo "sí" a la cuestión de la realidad de la transformación digital, la definición parecía diferir dependiendo de la persona, poniendo en evidencia el estado actual de la transformación digital. Es un panorama cambiante, tanto en las necesidades de los negocios como en los avances tecnológicos.

La información digital no es una transformación digital

Un representante de la sala mencionó la digitalización del papel, afirmando que la transformación digital ha existido durante décadas y que no es nada nuevo, simplemente una nueva palabra de moda.

Pero otro cuestionó si la digitalización del papel era una verdadera transformación digital. Esta persona afirmaba que el mundo de hoy requiere la digitalización de procesos enteros (no simplemente la información) y la digitalización de la información ya no puede ser la única prioridad. Coincidiendo, otro participante destacó que la forma en que nos comunicamos ha superado ampliamente la simple comunicación basada en papel.

A causa de las nuevas herramientas de comunicación, la información y los contenidos ahora son generados de manera digital, no se transforman en digitales, lo que crea nuevos problemas y, básicamente, una necesidad de transformación digital continua y evolutiva.

El próximo paso: la nube y la movilidad

Con la necesidad de comprender la continuidad de la transformación digital, el grupo discutió el panorama competitivo. Específicamente, una observación interesante reveló que las empresas nacidas hoy en día surgen como digitales, con temas candentes como la gestión de documentos en la nube y la gestión de contenido móvil, como el núcleo de la manera en que estos nuevos negocios desarrollan procesos.

Esto plantea una nueva amenaza para las organizaciones que todavía luchan por convertir los procesos obsoletos basados en papel en funciones modernas, automatizadas y completamente digitales, ya que sus nuevos competidores evitan por completo esas luchas. Pero no se preocupe, aquí hay algunos consejos para el éxito.

[Continúa >>](#)



3 pasos para una transformación digital exitosa

A lo largo de la discusión, surgieron tres ideas fundamentales en torno al "cómo" de la transformación digital:

1. Crear una visión clara

Los participantes destacaron la importancia de preparar una visión de transformación digital para sus organizaciones. Eso incluye algunas grandes preguntas:

- ¿Cómo concibe usted los cambios en los negocios y por qué implementar estos cambios?
- ¿Qué tan extensa puede ser esta transformación en términos de cambio de roles de trabajo?
- ¿Qué tan extensa puede ser esta transformación en términos de cambio de procesos?

Un participante destacó la importancia de la visión clara en las conversaciones con los ejecutivos de alto nivel de su organización.

2. No trate de hacer demasiado

Un tema no sólo en esta discusión, sino a lo largo de toda la conferencia, fue que los asistentes recomendaron comenzar de a poco. Tratar de transformar todo de una vez puede ser caótico y más perturbador que útil.

Recomiendan elegir un proceso que pueda mostrar rápida y fácilmente el rendimiento de la inversión. El éxito inicial y el rendimiento de la inversión tangible pueden hacer que toda la visión sea mucho más fácil de vender a las partes interesadas.

3. Concéntrese en las personas, hable con su audiencia

Las "personas" se convirtieron continuamente en el principal obstáculo para el éxito de las iniciativas de transformación digital. Pero el grupo estuvo de acuerdo en que la estrategia de comunicación de la transformación se encuentra en el centro de la solución de este problema.

Como dije anteriormente, tener una visión clara que incluya un análisis de costo-beneficio responderá algunas preguntas antes de que las partes interesadas las formulen, generando entusiasmo y ganando aceptación. Pero los asistentes se refirieron a la importancia de entender a su audiencia.

Por ejemplo, los ejecutivos de alto nivel pueden ser la audiencia correcta para una declaración de visión de alto nivel que incluya ejemplos de un posible rendimiento de la inversión en procesos específicos. Un participante escogió un proceso que incluía un solo documento, un tipo de formulario orientado al cliente que se completa y procesa más de 35 000 veces en el transcurso de un año.

Calculó el costo para la organización por cada vez que procesó ese formulario. Los cálculos de los ahorros potenciales asombraron a sus ejecutivos. Para los empleados individuales a los que la transformación podría impactar, resaltó la importancia de explicar el cambio en sus términos, señalando que la transformación puede liberarlos de las tareas repetidas y mundanas y liberarlos para un trabajo más significativo.

Este tipo de transformación es significativa tanto para los objetivos de la organización como para las carreras de los individuos.

No hay duda de que la transformación digital es una realidad, no sólo en la digitalización de la información, sino también en la digitalización de toda la empresa. Con la inversión y el cambio que trae consigo, es fundamental que usted cree una estrategia no sólo para la transformación en sí misma, sino también para la comunicación a su alrededor.

Para prepararse para el éxito a largo plazo, debería contratar a un Director de Transformación Digital, un puesto nuevo que está emergiendo en organizaciones a nivel mundial



MARCADORES QUE DENOTAN SU PROGRESO





TRANSFORMACIÓN DIGITAL: su contenido encubierto

Por Glenn Gibson, director de marketing de productos y soluciones





Somos los transformadores. Como profesionales de la tecnología, nuestra responsabilidad es seguir impulsando los negocios y transformarnos para mantenernos relevantes.

Se pueden establecer muchos paralelismos entre los requisitos de una verdadera transformación digital y la historia de los "Transformers", los poderosos personajes que pueden convertir objetos mundanos en robots poderosos.

Al igual que Bumblebee, el viejo y polvoriento Transformer Camaro, una estrategia de contenido que incluye el uso de herramientas de administración de documentos, archivos compartidos y correo electrónico que eran revolucionarios hace 20 años, podría seguir funcionando. Sin embargo, una estrategia basada en estas herramientas por sí sola puede que ya no ofrezca una ventaja competitiva porque ya no son poderosas herramientas.

Así que debemos transformarnos de nuevo. Porque la información digital no equivale a la transformación digital.

El poder transformativo de uno

Crear una visión empresarial para la gestión de contenidos digitales relacionados, donde el almacenamiento de contenido sólo para almacenar contenido ya no es un concepto válido. En su lugar, debe conectar y presentar el contenido de forma deliberada e inteligente en una sola vista completa.

En la historia de los "Transformers" hay tres señales para el joven protagonista, Sam, de que el viejo y polvoriento Camaro podría transformarse en un robot inteligente y ayudar a salvar el mundo. Primero, el coche empezó a conducir por sí mismo; segundo, podía hablar o tocar inteligentemente la música para expresar su estado de ánimo; y tercero, finalmente transformó su apariencia completamente.

Continúa >>





3 señales de que se ha transformado

Los profesionales de TI deben buscar los mismos signos al interactuar con su contenido para indicar que han completado una verdadera transformación digital. Esto es lo que debería buscar:

1. Contenido que se impulse a sí mismo

Cuando haya transformado por completo su estrategia de gestión de contenido e información, el contenido comenzará a conducirse por sí mismo en toda la empresa. Una vez capturado en un repositorio central, encontrará el camino al personal apropiado, dondequiera que se encuentre, con criterios empresariales específicos que lo impulsarán automáticamente a través de su viaje.

En esta etapa, cualquier pregunta acerca del factor humano debe ser contestada digitalmente por la tecnología. Esto incluye preguntas como: "¿a quién debería ir este documento para su aprobación?" o "¿ya existe un documento relacionado en nuestros sistemas?"

2. Contenido que se comunica con quien lo necesita

Cuando una organización se transforma digitalmente, los sistemas deben enviar notificaciones al personal o a la audiencia apropiada cuando algo ha cambiado, como por ejemplo, alguien que envía un formulario. Además, cuando alguien necesita revisar o actuar sobre un contenido, ese contenido debe ser distribuido a través de notificaciones por correo electrónico que le ofrezcan todo lo que necesita para completar la tarea, incluyendo todo el contenido relacionado.

3. El contenido se transforma en apariencia

La información digital no es una transformación digital. Esa transformación se completa sólo cuando la experiencia de los usuarios que interactúan con esa información ha cambiado completamente. Puede parecer una pequeña diferencia cuando se miran las palabras, pero como saben nuestros clientes, se ha comenzado el camino hacia la transformación digital cuando los usuarios tienen acceso instantáneo a la información digital que necesitan, cuándo y dónde la necesitan.

Es igual de importante que la tecnología que utilice proporcione vistas de información que ayuden a contextualizar el contenido, a través de gráficos, como paneles de informes y mapas. Los usuarios deben tener una imagen clara de la información que les ayude a tomar decisiones inmediatamente en lugar de tener que analizar piezas individuales de contenido.

Al igual que hay un ejército de Transformers, es importante darse cuenta que esta evolución puede involucrar un ejército de múltiples soluciones tecnológicas. Y, al igual que el ejército de Transformers, es muy importante que a medida que se transforma digitalmente, usted se asegure de que todos sus sistemas estén integrados, lo que garantiza que realmente ha conectado el contenido crítico de su negocio con la información.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL: bienvenido. ¡Nos alegra que esté aquí!

Por Ed McQuiston, vicepresidente ejecutivo de marketing y ventas globales





Los términos de la industria van y vienen. Todos sabemos esto. Pero este...este se siente bien. Aunque creemos que es un poco tarde.

Como ve, hemos estado ayudando a los clientes con la transformación digital durante más de 25 años. Desde 1991, cuando empezamos a archivar digitalmente los informes impresos, hemos estado llevando a los clientes de sus comienzos basados en papel a un nuevo camino digital.

¿Es de la vieja escuela? Quizás.

Su estrategia debe ir más allá de la eliminación de papel

Sin embargo, es interesante observar que el volumen de procesos en las organizaciones que implican contenidos no estructurados sigue siendo sorprendente. En algún momento, cualquier cosa que no fuera clasificada como datos discretos se quedó atascada con el término "contenido no estructurado". Desafortunadamente, a menos que trabaje en TI, eso probablemente no signifique mucho para usted, pero en realidad se encuentra en la raíz de una estrategia de transformación digital integral.

La gente nos dice a menudo: "¿qué va a hacer cuando el papel se vaya? Mi respuesta es exactamente lo que estamos haciendo hoy. El contenido no estructurado es mucho más que documentos en papel, escaneados.

¿Tiene problemas para almacenar, o para encontrar, sus archivos de MS Word? ¿Google Docs? ¿Excel? ¿Qué tal PDFs? ¿Sigue recibiendo faxes?

Sí, todavía estamos organizando faxes y permitiendo que la gente los busque y recupere fácilmente. De hecho, muchos de nuestros clientes no están escaneando nada en absoluto.

Pero, almacenar y recuperar información no estructurada no es nuevo. ¿Transformativo? Eso depende de a quién le pregunte. ¿Para un director de informática? No demasiado. ¿Ese usuario final que espera la recuperación externa de los archivos encajonados para responder a una queja del cliente? Tal vez. ¿Ese cliente que espera en el teléfono mientras su servicio de atención al cliente busca ciegamente a través de un almacenamiento digital estándar corporativo buscando el documento correcto? Definitivamente.

Sé lo que está pensando. Para ser transformadores, tenemos que mejorar la velocidad de los negocios. Ayudar en la toma de decisiones. Mejorar los procesos. A decir verdad, para las organizaciones de todo el mundo, hemos estado haciendo justamente eso.

Las soluciones de gestión de casos y flujos de trabajo han sido el sello distintivo de nuestro producto durante más de una década. Estas soluciones automatizan los procesos de negocios, enviando documentación precisa y completa a través de procesos críticos, notificando a los interesados e intercambiando datos con los sistemas centrales (hablaré de esto más adelante). Con aceleradores de

procesos tanto administrativos como verticales, hemos ayudado a las organizaciones a automatizar y transformar los procesos desde el procesamiento de facturas hasta la codificación médica. Desde la admisión de estudiantes hasta la incorporación de empleados. ¿Procesamiento de reclamos para la revisión electrónica del plan? Sí, esos también. Todo ello a la vez que mejora la estandarización y el cumplimiento.

¿Aún no es lo suficientemente transformativo? Bueno, es posible.

Una visión integral de la información del cliente

Dado que las organizaciones gastan cantidades masivas de dinero en actualizaciones de infraestructura de aplicaciones básicas, desde ERP a CRM, EMR a SIS, sistemas de reclamaciones, sistemas bancarios y todo lo demás, el contenido no estructurado e incluso los flujos de trabajo asociados no pueden vivir en un vacío. Existen como parte de un entorno y ecosistema de TI que hoy en día requiere una visión global de un grupo y sus transacciones.

[Continúa >>](#)

Tal vez sean estudiantes, pacientes, ciudadanos, clientes. Los empleados no deberían dedicar su tiempo buscando en múltiples sistemas para ver el panorama completo. ¿Integración de ese contenido no estructurado y sus procesos asociados con estos sistemas clave de línea de negocios? Bien, ahora estamos llegando a algo. Esto suena bastante transformativo.

En las palabras de cada infomercial, "¡Pero espera, hay más!"

A medida que las organizaciones pasan por esta transformación, la definición de "usuario final" cambia. Mucho. ¿Esta información que estamos manejando? Bueno, la gente quiere verla. No sólo dentro de la organización. Los pacientes, los miembros, los clientes, los proveedores, los estudiantes. Podría continuar.

Y como una buena marcha de protesta, "¿Cuándo lo quieren? ¡Ahora!" En la nube. En sus dispositivos. Compartida de manera segura. Ya no puede quedarse con ese contenido.

¿Pero cómo? Con seguridad. A través de la gobernanza corporativa. Al cumplir con las regulaciones de privacidad. En la nube o en sus instalaciones. Así es como se hace. Una plataforma que ofrece almacenamiento, recuperación, software de flujo de trabajo, software de gestión de casos, integración, uso compartido, acceso seguro a través de la nube o en las instalaciones. En su computadora de escritorio, computadora portátil, tableta, teléfono, en cualquier parte del mundo, incluso fuera de línea.

¿Transformativo? Más de 19 000 clientes de Hyland en 80 países están de acuerdo. En Hyland, hemos estado transformando digitalmente a los clientes desde 1991.

Y estamos listos para que comience su recorrido.

¿Está listo para la transformación?



Ahora que tiene más información sobre las distintas formas en las que su organización puede transformarse digitalmente, es hora de que conozca cómo se compara con sus pares. Descargue **AIIM's Information Management: el informe del estado actual de la industria de 2017**, para conocer más sobre el estado actual de la industria y cómo las diferentes estrategias de gestión de la información apoyan el progreso hacia la transformación digital y de los negocios.

>>> Descargue el informe

One platform
Unlimited potential

OnBase[®]
by Hyland

Para obtener más información, visite [OnBase.com](https://www.onbase.com)>>