

Aseguran que el 69% de las empresas invertirá más en transformación digital

Buenos Aires, 15 de junio (Télam)

El 69% de los ejecutivos planean aumentar su inversión en transformación digital, según un relevamiento privado que consultó a 304 empresarios de compañías con ingresos de entre \$100 millones y más de \$20.000 millones anuales.

El informe de la consultora Grant Thornton destacó la conciencia de los empresarios en que la `inversión en transformación digital es crucial para obtener una ventaja competitiva`.

`Para seguir siendo competitivos en el mercado, más de dos tercios (69%) de los ejecutivos encuestados planean aumentar su inversión en transformación digital en el próximo año` indicaron.

Precisó que de este grupo 4 de cada 10 planearon un incremento de su inversión superior al 10 % en los próximos doce meses.

Según el informe los objetivos determinantes para estrategias de inversión priorizan hoy el mejor rendimiento operacional, la disminución de costos, la mejor experiencia del cliente y la mejor gestión de rendimiento.

Sin embargo los mismos ejecutivos señalan que en dos años la prioridad será la mejor experiencia del cliente, el mejor rendimiento operacional, la disminución de costos y la mejor diferenciación competitiva, en ese orden.

Uno de los casos de transformación digital alineada en mejorar la experiencia del cliente en la Argentina, es el grupo San Cristobal Seguros.

El gerente corporativo de negocios, de esa aseguradora, Marcelo Larrambeberé, dijo a Télam que `la inversión en la transformación digital es el 6% de la facturación anual, que es de unos 10.000 millones de pesos`.

Precisó que su política fue implementar la transformación en el `core del negocio` para lo cual definieron cinco células de trabajo en las que participan científicos de datos, diseñadores `diferentes profesionales trabajan para vitalizar y readecuar los procesos internos de San Cristobal para que esté centrado en el cliente`.

Parte de este plan de transformación es el lanzamiento de la empresa iúnigo, una aseguradora para automotores que funciona de modo cien por ciento digital, y que ampliará su accionar a los seguros de vivienda en los próximos 9 meses.

Además de la nueva empresa, San Cristobal modificó también su portal `para que el productor interactúe, que accede a una célula de pricing, otra de fraude, de siniestros`, detalló el empresario para agregar que el objetivo es `alinearnos a la nueva demanda`.

`La industria de seguros tiene una relación muy cercana con el desarrollo del país, y apenas tenemos indicios de crecimiento, seguros crece`, afirmó el empresario.

Agregó que en este sector `las que inviertan fuerte en la transformación y logren estar más alineadas a las necesidades de los consumidores tendrán un futuro promisorio`.

En el estudio privado los ejecutivos estuvieron de acuerdo en que los principales desafíos de IT de sus organizaciones eran la complejidad de los sistemas- incluida la integración de sistemas en toda la empresa-, el mantenimiento de sistemas heredados y el talento de IT.