

El Pulso de la Industria

La industria automotriz ante la disrupción digital

En todo el mundo, y en todos los sectores, la industria, y en especial la automotriz, se está viendo expuesta a las llamadas “fuerzas disruptivas” relacionadas con las nuevas tecnologías. La empresa consultora McKinsey ha identificado cinco tendencias que marcarán el futuro de la industria:

- La Conectividad que impulsa nuevos modelos de negocio, en gran parte a través de una interacción más directa con el cliente final.
- La Inteligencia Artificial (AI) y los sistemas autónomos, que estarán presentes no solo en los autos, sino también en las “maquinas que aprenden” en las fábricas.
- El Internet de las Cosas (IoT), que incluirá a 75 mil millones de dispositivos en 2025, y que permitirá a las fábricas mejorar la productividad y la eficiencia energética
- La Electrificación de los automóviles que será determinante para al menos la mitad del negocio de las empresas automotrices en el mediano plazo.
- La Ciberseguridad que requiere no solo de tecnología, sino también depende de habilidades y actitudes de los colaboradores

En los próximos años estas tendencias van a generar oportunidades de crecimiento en el mercado. Para aprovechar estas oportunidades las empresas se tienen que mover de forma eficiente en este nuevo entorno. Las empresas tradicionales deben reconocer que

- Hay que prepararse para responder a las fuerzas disruptivas, o sucumbir ante ellas
- Los nuevos modelos de negocio requieren nuevos socios dentro y fuera de la propia industria
- La reasignación de recursos en la empresa para desarrollar los nuevos negocios debe ser radical, y puede ser dolorosa para las áreas tradicionales de las organizaciones
- Hay que adoptar realmente el concepto de Agilidad, algo que casi nadie ha logrado

El reto principal es obtener los conocimientos y las habilidades requeridas para la transformación digital. La mayor dificultad está en reclutar talento en el campo de tecnología de información. Pero también hay la necesidad de mejorar el entendimiento de los procesos de negocio a través de las funciones, para integrar los esfuerzos de transformación en toda la compañía. Para asegurar la disponibilidad de estos conocimientos, habrá que echar mano de todas las opciones: el reclutamiento externo, la capacitación interna, y la adquisición de nuevos socios.

Queda envuelto en un cierto misterio el tema de la Agilidad, porque la gran mayoría de las empresas no han logrado hacer gran cosa al respecto. Y eso que la velocidad del cambio requiere precisamente eso: agilidad en la reacción y en la acción. Su implementación requiere de un cambio cultural, porque exige otorgar más libertad de acción a los colaboradores, pero dentro de un margen perfectamente delimitado. Agilidad está íntimamente ligada a reglas claras para todos, sistemas de gestión que aseguran resultados, y un Código de Conducta que impulsa el cambio cultural.

En conclusión, la transformación de las empresas para enfrentar las fuerzas disruptivas requiere el atreverse a tomar decisiones (y enfrentar los errores), y asegurar que la transformación (y el compromiso) incluya a todos.

Woody Allen lo dijo así: «Me interesa el futuro, porque en el voy a pasar el resto de mi vida.»