

White paper

Digitizar para monetizar: 5 proyectos de transformación digital que pueden ayudarte a alcanzar tus objetivos empresariales



Resumo

Muchos líderes empresariales están entusiasmados con la integración de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial generativa (genAI) en sus flujos de trabajo. Aunque estas nuevas tecnologías ofrecen beneficios significativos, muchas empresas no están preparadas para aprovecharlas por completo. Aún no han realizado el trabajo básico necesario para maximizar el valor de estas nuevas herramientas.

En este artículo, se describen cinco proyectos de transformación digital que no sólo pueden ayudar a las organizaciones a alcanzar sus objetivos inmediatos, sino que también preparan el camino para la puesta en marcha de tecnologías innovadoras que ayudarán a las empresas a alcanzar nuevas cotas de éxito.

Contenido

03/ La promesa de las tecnologías emergentes

03/ 5 proyectos de transformación digital que te ayudarán a alcanzar tus objetivos

04/ 1. Limpieza de contenidos

04/ 2. Digitización en función del valor

05/ 3. Enriquecimiento de contenidos

06/ 4. Gobernanza de la información

06/ 5. Monetización de la información

07/ Empieza hoy mismo

08/ Sobre Iron Mountain

La promesa de las tecnologías emergentes

Los directivos de empresas están acostumbrados a la exageración cuando se trata de tecnologías emergentes. La mayoría aborda los nuevos avances con una buena dosis de escepticismo, esperando a ver si las innovaciones están a la altura de las expectativas antes de lanzarse a ellas.

Sin embargo, los recientes avances en inteligencia artificial (IA), en particular la IA generativa (genAI), han despertado un interés como pocas otras tecnologías lo han hecho. Personas de todo el mundo se sorprenden de lo que pueden hacer estas nuevas herramientas.

Los analistas de [IDC](#) afirman que *«el sector tecnológico se encuentra en un momento crucial»*. Y, sobre la genAI, añaden: *«nunca hemos visto surgir una tecnología con tanto apoyo ejecutivo, resultados empresariales claramente definidos y una adopción tan rápida. En sólo ocho meses, la IA generativa ha captado simultáneamente la atención, la imaginación y la preocupación de la mayoría de los líderes de tecnología y de empresas de todo el mundo»*.

La investigación de [McKinsey](#) revela que las empresas están desplegando rápidamente estas nuevas herramientas:

- *«Menos de un año después del lanzamiento de muchas de estas herramientas, un tercio de los encuestados en nuestro estudio aseguran que sus organizaciones utilizan genAI con regularidad en al menos una función empresarial»*.
- *«Casi una cuarta parte de los ejecutivos de la C-suite entrevistados afirman que están utilizando personalmente herramientas genAI en el trabajo»*.
- *«El 79% de todos los encuestados declara haber tenido al menos algún contacto con la genAI, ya sea por trabajo o fuera de él, y el 22% dice utilizarla regularmente en su propio trabajo»*.

Las organizaciones confían en poder aplicar estas nuevas herramientas para alcanzar sus objetivos. Creen que la IA y las herramientas relacionadas pueden aumentar la productividad, mejorar la experiencia del cliente, impulsar el engagement, acelerar la innovación, promover la retención de los empleados y aumentar los ingresos.

Esto puede ser cierto. No obstante, no puedes aprovechar todas las ventajas de estas tecnologías emergentes a menos que primero definas las bases adecuadas.

5 proyectos de transformación digital

La mayoría de las empresas ha emprendido iniciativas de transformación digital. Las [encuestas demuestran](#), sin embargo, que alrededor del 70% de ellas fracasan.

Según McKinsey, *«menos de un tercio de los encuestados – todos los que han participado en una transformación en los últimos cinco años – afirma que las transformaciones de sus empresas han tenido éxito tanto en la mejora del desempeño organizacional como en el mantenimiento de esas mejoras a lo largo del tiempo»*.

Parte del problema es que los esfuerzos de las empresas han sido algo dispersos. A veces, los directivos no tienen una idea clara de lo que es la transformación digital, ni una visión coherente de cómo creen que afectará a sus operaciones. A menudo, las empresas se apresuran a adoptar nuevas tecnologías antes de establecer una base sólida que las sustente.

Puedes ayudar a tu organización a evitar esta situación centrandote en proyectos de transformación digital de alto valor. Pero atención: los proyectos de alto valor no son necesariamente los más llamativos o interesantes.

Por el contrario, las organizaciones suelen obtener el máximo valor de los proyectos de transformación digital con objetivos modestos. Ahora bien, la falta de interés por estos proyectos de alto valor se compensa con la escala, ya que con frecuencia sientan las bases para otros tipos de innovaciones.

Si tu organización quiere aprovechar los avances emergentes en IA, los siguientes cinco proyectos de transformación digital te proporcionarán un retorno de la inversión. Te ayudarán a establecer las premisas necesarias para aprovechar el potencial de la genAI y los avances relacionados.

1. Limpieza de contenidos

La limpieza nunca parece glamurosa. Quizá provenga de las tareas de la infancia, pero para muchas personas la limpieza parece algo más que un trabajo duro. No obstante, cuando se trata de contenidos, la limpieza es esencial.

La mayoría de las organizaciones no comprenden el tipo de datos que tienen. Muchas siguen funcionando en forma de silos, con registros dispersos en diversas aplicaciones y sistemas. Es probable que tengan una mezcla de registros en papel y digitales, y los registros en papel, en particular, pueden ser difíciles de clasificar y buscar.

Además, gran parte de la información que almacena tu empresa puede ser innecesaria. Este almacenamiento excesivo de datos puede no parecer un gran problema, pero tal vez traiga un costo muy elevado. La infraestructura física y digital puede ser cara.

Asimismo, los grandes almacenes de archivos, tanto físicos como virtuales, tardan más en consultarse, lo que ralentiza la productividad. También, pueden aumentar la huella de carbono de tu organización cuando muchas están trabajando para ser más ecológicas.

Mantener registros que no son obligatorios por ley puede exponer a tu organización a responsabilidades legales. Por ejemplo, si tus registros contienen información de identificación personal, cualquiera puede acceder a estos datos o robarlos, poniendo a tu empresa en riesgo de incumplimiento normativo o de acciones legales.

Un primer paso crucial en cualquier proyecto de transformación digital es hacer un inventario de lo que tienes. A continuación, puedes elaborar y aplicar normas de retención que designen lo que debes conservar y destruir de forma segura.

En el futuro, debes asegurarte de que dispones de una forma de analizar los metadatos de los nuevos documentos que crees. Esto facilita la aplicación automática de políticas de retención en el futuro, ayudando a mantener la información limpia y lista para ser utilizada por la IA u otras tecnologías.

2. Digitización en función del valor

La limpieza de contenidos va de la mano de la digitización en función del valor. Tu inventario inicial, que ha identificado información innecesaria, proporciona la base para un inventario más exhaustivo que puede ayudarte a decidir qué información debe digitizarse.

No toda la información de tu organización tiene el mismo valor. Y los esfuerzos por «digitizarlo todo» pueden generar un trabajo pesado sin acercarte a la realización de tus objetivos empresariales ni permitirte utilizar los nuevos avances tecnológicos.

Para identificar los objetivos de digitización más valiosos, tendrás que plantearte una serie de preguntas:

- **¿Dónde está la información o el contenido?** Puede tratarse de una ubicación geográfica, pero también de un formato, como papel, cinta, microficha, PDF, etc. Si los datos ya son digitales, también podría incluir una aplicación o un sistema de almacenamiento. Debes tener en cuenta dónde se creó el contenido y hacia dónde se dirige.
- **¿Cuál es el contenido?** Como cada organización es única, probablemente tendrás tus propios criterios para definir los distintos tipos de información. Por ejemplo, es posible que desees incluir el tipo de cliente, la línea de negocio, el área funcional operativa, el tipo de registro y documento, y los puntos de datos individuales a la hora de establecer qué contiene tu contenido.
- **¿Cómo clasificar los contenidos?** Las distintas categorías de contenidos requieren controles de acceso y periodos de conservación diferentes. Evalúa si tu contenido incluye información personal identificable (PII), de empleados o confidencial, como secretos de empresa. Considera también si el contenido se utiliza activamente o podría tener valor en el futuro.
- **¿Qué haces con tus contenidos?** ¿Cómo usas actualmente tu información? ¿Extraes y procesas la información o simplemente la almacenas? ¿Es necesario transformarla, digitizarla o destruirla? ¿Debería ser analizada para obtener beneficios empresariales adicionales?

> **Cómo priorizarás tus contenidos?** Esta es la pregunta más importante. Tendrás que determinar qué información hace que la digitización valga la pena. Para ello, ten en cuenta los siguientes aspectos:

- **Conformidad:** algunos datos deben conservarse para cumplir la normativa o proteger a la organización de riesgos legales. La digitización de estos datos puede agilizar la investigación en línea y simplificar las tareas de compliance.
- **Valor/necesidad empresarial:** la información relacionada con líneas de negocio importantes o iniciativas relevantes puede justificar la digitización.
- **Acceso:** ¿se accederá a la información con regularidad o se conservará en caso de auditoría? La información que requiere un almacenamiento urgente suele ser un objetivo de digitización de mayor valor que la que requiere un almacenamiento más lento.
- **Costo:** analiza cuánto costará almacenar tus contenidos y cuánto costará digitalizarlos.
- **Impacto:** ¿cómo afectará la digitización de información a los procesos existentes, a los acuerdos de nivel de servicio (SLA), a los clientes y a los colaboradores? Debes elegir los objetivos de digitización que tengan un impacto más positivo.

El análisis de estas preguntas te permitirá elaborar políticas y procedimientos sobre los contenidos que quieras digitalizar. No olvides que la digitización de la información también facilitará el acceso a la IA y a otras tecnologías avanzadas que quieras poner en práctica en el futuro.

3. Enriquecimiento de contenidos

La mayoría de las organizaciones tiene una combinación de información digitalizada (información que se originó en otro formato antes de ser transformada) y de información nacida digitalmente (información que siempre ha sido digital). Si simplemente combinas toda esta información e intentas analizarla, probablemente no podrás extraer mucho valor de ella. ¿Por qué no?

No es posible entender realmente la información si no comprendes su contexto. Esto, por lo general, implica enriquecerlos con metadatos para mejorar su significado.

Por ejemplo, imagina que tienes direcciones de clientes de formularios en papel y de ventas online. Podrías analizar



Estudio de caso: HM Courts & Tribunals Services

HM Courts and Tribunals Services (HMCTS) administra los tribunales penales, civiles y de familia en Inglaterra y Gales. Según la legislación del Reino Unido, HMCTS debe conservar todos los testamentos indefinidamente y ponerlos a disposición de quien quiera leerlos. «*El archivo se remonta a 1858*», explica Stephen Burgess, Director de Apoyo Operativo a la Jurisdicción de Familia de HMCTS. «*Está compuesto por más de 41 millones de registros testamentarios y crece en unos 250.000 testamentos cada año*». De hecho, si organizaras los expedientes del servicio de sucesiones en línea recta, se extenderían a lo largo de 38 kilómetros.

Como parte de sus esfuerzos de transformación digital, HMCTS se vio obligado a digitalizar los testamentos y entregarlos a los cinco días de ser solicitados. Con la colaboración de Iron Mountain, el servicio transformó 870.000 páginas de documentos en registros totalmente consultables en quince días. También implantaron la automatización para acelerar el proceso de recuperación de la información.

En la actualidad, HMCTS ha superado sus objetivos de servicio al cliente. «*Cuando se solicita un testamento, Mountain InSight comprueba si ya se ha digitalizado y, en caso afirmativo, entrega el documento en cuestión de minutos*», afirma Burgess. Incluso si alguien solicita una copia en papel, el proceso es un 40% más rápido de lo esperado. Burgess añade: «*Desde la migración a Iron Mountain InSight, hemos observado que el tiempo medio de entrega de testamentos en papel y digitales se ha reducido a tan sólo tres días*».

estos datos brutos y averiguar información como cuántas personas de un estado o municipio concreto compran tus productos. Esta información puede ser útil, pero su utilidad es limitada.

Ahora imagina que enriqueces estos datos con metadatos relativos a las direcciones de los clientes. Así, los conjuntos de datos externos pueden indicarte que las personas de un barrio concreto responden a un perfil socioeconómico específico. Quizá conozcas su renta media, el tamaño de la familia, el número de hijos e incluso sus hábitos de consumo. Incluso, puedes añadir metadatos sobre cuándo se recopilaban los datos y etiquetarlos con otros datos que aporten aún más información sobre tus clientes.

Con datos enriquecidos, conocerás mucho mejor a tus clientes. Podrás realizar análisis que te ayudarán a comercializar mejor tus productos y a aumentar la satisfacción de tus clientes.

En un escenario ideal, querrás que este proceso de enriquecimiento de datos se produzca automáticamente. Y este es un ámbito en el que la IA y el *machine learning* pueden ayudar. IDC explica: «*la automatización empresarial significa que la inteligencia artificial apoya continuamente la toma de decisiones y las acciones automatizadas que optimizan y enriquecen los resultados de forma proactiva. Este proceso se extiende por toda la organización y maximizará el valor empresarial*».

Por supuesto, para que este proceso funcione, primero necesitas información precisa y digitizada que resulte de los dos primeros tipos de proyectos de transformación digital comentados. También necesitarás modelos de IA en los que puedas confiar y profesionales altamente cualificados que sepan cómo trabajar con la IA. Puedes facilitar el proceso de construcción de estos modelos y la creación de esta mano de obra incorporando a un socio que entienda esta tecnología. Por ejemplo, los recursos de [Procesamiento Inteligente de Documentos \(IDP\)](#) de [Iron Mountain InSight](#) te ofrecen la posibilidad de automatizar los flujos de trabajo y enriquecer los datos automáticamente.

4. Gobernanza de la información

Iron Mountain define la gobernanza de la información como «*el marco multidisciplinar de responsabilidad corporativa que garantiza un comportamiento adecuado a la hora de evaluar la información y definir las funciones, políticas, procesos y métricas necesarios para gestionar el ciclo de vida de la información, incluida su eliminación justificada*». En pocas palabras, esto significa que todos los miembros de una organización comprenden el valor de los datos y adoptan las medidas adecuadas con ellos.

Para que una iniciativa de gobernanza de la información tenga éxito, es necesario un compromiso permanente en los niveles más altos de la organización. Esto requiere orientación y supervisión, así como esfuerzos educativos que repercutan en toda la empresa.

La gobernanza de la información puede ayudar a las organizaciones a reducir riesgos, disminuir costos, proteger datos confidenciales y extraer más valor de la información. Cuando se aplica bien, también puede mejorar la eficiencia y dar a la gerencia más *insights* sobre el negocio.

Al igual que otros proyectos de transformación digital, la gobernanza de la información puede no parecer llamativa ni interesante. Exige procesos más cuidadosos que tecnología punta. Sin embargo, si lo haces bien, la misma puede generar un valor significativo para la organización. De nuevo, ayuda a sentar las bases para tecnologías más avanzadas.

5. Monetización de la información

El objetivo final de muchos proyectos de transformación digital es generar valor tangible a partir de la información de la empresa. Una forma de hacerlo es promover una experiencia de cliente de calidad diferenciada.

Lamentablemente, en la actualidad son pocas las empresas que logran este objetivo. De acuerdo a IDC, «*sólo el 12% de las empresas conectan los datos de los clientes entre departamentos, usándolos para mejorar el trayecto de estos*».

Hoy día, muchos sectores se enfrentan a la competencia de una nueva oleada de *startups*. A medida que la tecnología evoluciona, esta habilita nuevas formas de hacer negocios. Las nuevas empresas se forman con la intención de aprovechar estas nuevas oportunidades y suelen ser más ágiles que sus competidores más grandes y con más experiencia.

En este entorno, utilizar la información para mejorar la experiencia del cliente y generar valor no es sólo algo agradable de tener – es esencial.

Una vez que hayas pasado por los procesos de limpieza, digitización, enriquecimiento y control de tus datos, tendrás los cimientos sólidos que necesitas para servir mejor a tus clientes y monetizar tu información.

Empieza hoy mismo

El momento adecuado para iniciar tu próximo proyecto de transformación digital es ahora.

IDC señala: «el mundo digital está remodelando la forma en que las organizaciones crean el viaje del cliente,

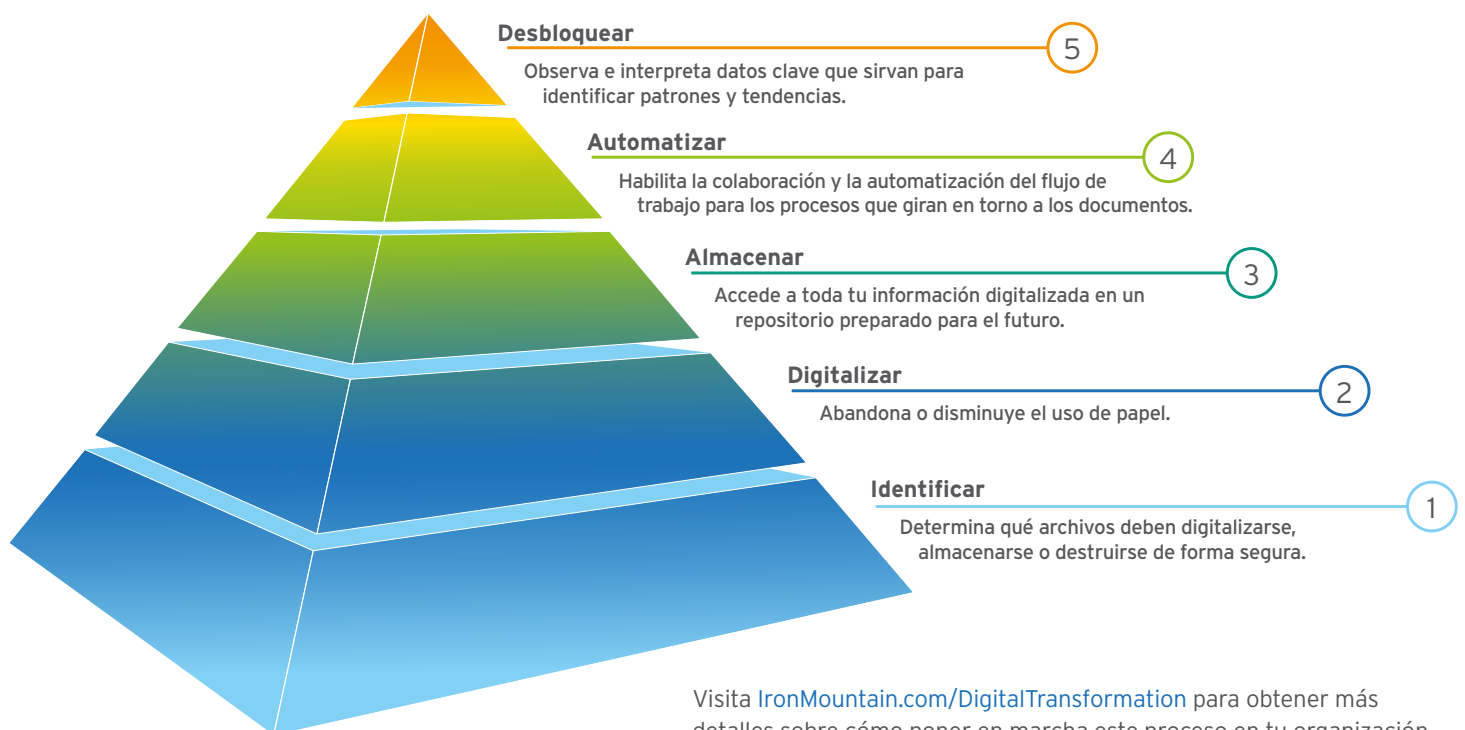
empleando la tecnología para competir y obtener ventajas competitivas, al tiempo que condiciona positivamente los momentos del cliente que importan». Y añade: «es evidente que no podemos esperar a adentrarnos en el mundo digital del cliente, porque los clientes, los ingresos, el crecimiento y la escala de la organización dependen de esta información».

No importa en qué paso de tu transformación digital te encuentres, Iron Mountain tiene los recursos, productos y servicios que pueden ayudarte a digitalizar para monetizar.

- > **Limpia el contenido:** Clasificación de Contenido Físico, Clasificación de Contenido Electrónico y Smart Sort
- > **Digitiza:** Digitalización de Documentos y Almacenamiento Digital
- > **Enriquece:** Procesamiento de Documentos Inteligente en Iron Mountain InSight
- > **Gobierna:** Servicios de Asesoría sobre Gobernanza de la Información y Centro de Políticas
- > **Monetiza:** Optimiza tu futuro digital con una estrategia de activos unificada

Cinco pasos hacia la transformación digital

La mayoría de las organizaciones ya ha dado algunos pasos hacia la transformación digital. Sin embargo, a muchas aún les queda un largo camino por recorrer antes de poder aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la transformación digital. Iron Mountain recomienda un [proceso de cinco pasos](#):



Visita IronMountain.com/DigitalTransformation para obtener más detalles sobre cómo poner en marcha este proceso en tu organización.

Sobre Iron Mountain

Iron Mountain Incorporated (NYSE: IRM), fundada en 1951, es líder mundial en servicios de almacenamiento y gestión de la información. Con la confianza de más de 225.000 organizaciones en todo el mundo, y con una red de propiedades de más de 85 millones de pies cuadrados en más de 1.400 instalaciones ubicadas en más de 50 países, Iron Mountain almacena y protege miles de millones de activos de información, incluyendo información crítica para el negocio, datos altamente confidenciales y artefactos culturales e históricos. Al ofrecer soluciones que incluyen almacenamiento seguro, gestión de la información, transformación digital, destrucción segura, así como centros de datos, almacenamiento de arte y logística, y servicios en la nube, Iron Mountain ayuda a las organizaciones a reducir costos y riesgos, cumplir la normativa, recuperarse de desastres y permitir una forma de trabajar más digital.



800.899.IRON | ironmountain.com

© 2023 Iron Mountain, Incorporated y/o sus sucursales «Iron Mountain». Todos los derechos reservados. La información proporcionada en este documento es propiedad y confidencial de Iron Mountain y/o sus licenciadore y no representa ni implica una invitación u oferta, y no puede utilizarse para el análisis competitivo o la construcción de un producto competitivo o reproducirse de otro modo sin el permiso por escrito de Iron Mountain. Iron Mountain no se compromete a ninguna disponibilidad regional o futura y no representa una afiliación con ninguna otra parte ni el respaldo de la misma. Iron Mountain no será responsable de ningún daño directo, indirecto, consecuente, punitivo, especial o fortuito derivado del uso o de la imposibilidad de uso de la información, proporcionada TAL CUAL, y no ofrece ninguna declaración ni garantía con respecto a la exactitud o integridad de la información proporcionada, ni a su idoneidad para un fin determinado. «Iron Mountain» es una marca registrada de Iron Mountain en Estados Unidos y otros países, y Iron Mountain, el logotipo de Iron Mountain y sus combinaciones, y otras marcas identificadas con ® o TM son nombres comerciales de Iron Mountain. Todas las demás marcas comerciales siguen siendo marcas comerciales de sus respectivos propietarios.