

Transformación digital: siete pasos para lograr el éxito

Cómo las empresas pueden mantenerse al día y seguir siendo competitivas en la nueva era digital de hoy en día

Incluye reflexiones de Çağlayan Arkan,
director general de fabricación y recursos
internacionales de Microsoft

Resumen ejecutivo

La tecnología es omnipresente, y el acceso a los servicios digitales desempeña un papel cada vez importante en todo lo que hacemos: planificar el crecimiento, cambiar el panorama industrial y proporcionar el catalizador para nuevos modelos de negocio, productos, servicios y experiencias.

Aprovechar este fenómeno es esencial para la innovación y el crecimiento. Desde el mayor número de dispositivos conectados y otras "cosas" en el Internet de las cosas (IoT), las crecientes montañas de datos y la aparición de análisis avanzados, machine learning e inteligencia artificial, hasta la realidad aumentada y las próximas fronteras, el reto y la oportunidad para los responsables empresariales es aprovechar el poder transformador y ubicuo de la tecnología para ser más ágiles, mejorar la eficacia y, en definitiva, forjar su destino.

La transformación digital representa para las empresas la oportunidad de pensar y operar como compañías digitales en el modo en que interactúan con sus clientes, capacitan a sus empleados, optimizan sus operaciones y transforman sus productos.

Las empresas que hacen esto están viendo grandes resultados: reducción de los gastos generales, conservación de los recursos, aumento de las ganancias y optimización de la eficacia operativa. Y las organizaciones que ya han realizado una buena parte del viaje de la transformación digital generan de media 100 millones de dólares más en ingresos operativos cada año que aquellas que se han quedado atrás.¹ Sin embargo, solo el 14 por ciento de las organizaciones actuales afirma haber digitalizado completamente sus procesos empresariales² y solo el 5 por ciento considera que la transformación digital ha llegado a un punto que les diferencia de sus competidores.³

Para aquellas empresas capaces de transformarse y diferenciarse con éxito, las posibilidades son extraordinarias.

Microsoft proporciona las soluciones, los servicios y la hoja de ruta para ayudarle hoy mismo a iniciar esa transformación. En esta guía de recursos, obtendrá conocimientos útiles de uno de los principales estrategas digitales de Microsoft, Çağlayan Arkan, director de fabricación y recursos internacionales, y conocerá los siete pasos que debe seguir para trazar su camino hacia el éxito de la transformación digital.





Çağlayan Arkan lidera el equipo de fabricación y recursos internacionales de Microsoft como director general. Él y su equipo trabajan con los clientes para permitir su transformación en un negocio digital a través del poder de la tecnología, y les ayuda a prosperar en la era de la inteligencia de hoy en día.

La oportunidad de la transformación digital

La transformación digital ya está aquí, y afecta a todos los sectores y a todas las empresas. El cambio se está produciendo rápidamente y muchos, si no todos los sectores, se están redefiniendo. Esta nueva era se define por la transformación y la ruptura. Las primeras organizaciones que adopten esta transformación serán las que definan lo que debe ser una auténtica "empresa digital".

Este es uno de los temas que más preocupan a los directivos, y la pregunta que prácticamente todas las empresas se plantean, sea cual sea su tamaño o su sector, siempre es la misma: ¿qué significa realizar una transformación digital? ¿Qué hace falta? ¿Qué es importante?

Esta transformación requiere una nueva mentalidad

La transformación digital es una propuesta tecnológica. No cabe duda de que el impacto de la tecnología no tiene precedentes en cuestiones como la potencia de computación ilimitada y el almacenamiento ilimitado, que hoy en día son una realidad, y en las posibilidades que ofrecen las tecnologías transformadoras, como el Internet de las cosas, la inteligencia artificial, el aprendizaje profundo, la realidad mixta, etc. Por tanto, es justo decir que la tecnología va a cambiar el mundo, una vez más.

Sabemos también que la capacidad de conectar y administrar todos los activos, productos, empleados y clientes a escala mundial aún no ha sido posible o factible. ¿Por qué es importante? Creo en la idea de que la optimización de las partes no significa la optimización del todo. Por primera vez, las grandes empresas podrán optimizar sus empresas a escala mundial de una forma que antes no era posible.

Con estas ideas como telón de fondo, permítanme compartir algunas de las reflexiones y observaciones fundamentales sobre la transformación digital.





PASO 1 El liderazgo importa

La tecnología es un medio, no un fin, para la transformación. Tiene que ver con los líderes, el liderazgo y las personas. La tecnología es accesible a todo el mundo, por lo que no es ahí donde reside la diferenciación. La diferenciación comienza con la visión de cambio y una clara estrategia de ejecución por parte de los directivos y su capacidad de arrastrar al resto de la organización. Estos líderes necesitan entender cómo la tecnología afectará a sus negocios, cómo plantearse una conexión ininterrumpida con todos sus productos, clientes, activos y personas, y cómo todo esto cambiará el panorama competitivo. Tienen que darse cuenta de que no hacer nada no es una opción. Este ahora es un mundo en el que "cambias o te cambian".

Los líderes necesitarán desarrollar su propia visión, comunicar esa visión empezando internamente por sus agentes de cambio y embarcarse en el viaje. Un aspecto importante a tener en cuenta aquí es que no hay una sola forma de abordar la transformación digital. Se puede empezar con los sistemas de los clientes, las operaciones internas o los empleados de primera línea, o incluso con un cambio del modelo de negocio, que podría ser, por ejemplo, cómo monetizar los productos y servicios. Se trata más bien de identificar los casos de uso correctos que tendrán más impacto en aspectos tales como los clientes o la cuenta de resultados.

Ecolab: resolver los desafíos globales del agua con las tecnologías de nube de Microsoft

En 2030, se prevé que la demanda de agua potable supere la oferta en casi un 40 por ciento. Ecolab, líder mundial en el suministro de agua, higiene y tecnologías y servicios energéticos, está ayudando a las empresas a operar en todo el mundo de forma más sostenible con la nube de Microsoft, que incluye Azure y Dynamics CRM Online. Conectada a miles de sensores en instalaciones de todo el mundo, la plataforma recoge y analiza datos de uso del agua en tiempo real para mejorar la eficiencia y reducir los costes de agua, energéticos y de explotación.



Por ejemplo, **Ecolab** ha optado por conectar sus activos utilizando el Internet de las cosas de Microsoft Azure y Cortana Analytics Suite, y trasladar después estas capacidades a los empleados que interactúan con los clientes todos los días mediante Dynamics CRM y Office365. En el caso de Ecolab, los representantes de servicio se aseguran de que sus clientes dispongan de agua potable cuando y donde lo necesitan. Microsoft disfruta de una posición única para convertir estos conocimientos empresariales recién adquiridos de la completa plataforma de datos en "datos procesables".



PASO 2 Impulsar el cambio cultural a través de una gestión eficaz del cambio

Como sugiere la Industria 4.0, lo que está ocurriendo en la industria en estos momentos no es otra cosa que una revolución. Una revolución que requiere un cambio cultural en toda la organización. Este concepto de convertirse en una empresa "digital" sentará las bases de cómo la empresa toma las decisiones, de cómo capta clientes, de cómo administra la cadena de suministros, de cómo innova, diseña y fabrica, y así indefinidamente. Las organizaciones necesitan comunicar qué significa "reinventar las bases", qué significa "reinventar la marca", cuáles son las nuevas pautas de comportamiento, cuál debe ser la nueva mentalidad, cuál es la nueva propuesta de valor y cómo todos estos factores afectarán al trabajo de los empleados. Si esto no se lleva a cabo, la organización se enfrentará a serios desafíos cuando realice la transición a la nueva cultura o es posible incluso que se produzca el caos. Las personas serán escépticas.

ThyssenKrupp Elevator:

El Internet de las cosas da un gran impulso a las ciudades de todo el mundo

ThyssenKrupp Elevator, un destacado proveedor mundial de ascensores, tiene 1,1 millones de máquinas funcionando en 150 países, 49 000 empleados y ventas por valor de 6200 millones de euros (8400 millones de dólares) en 2013. Con instalaciones en edificios de todo el mundo, TKE quería mejorar aún más su ventaja competitiva aumentando la fiabilidad y el tiempo de actividad de los ascensores. Con la ayuda del partner de Microsoft CGI, TKE creó una solución inteligente basada en la nube que utiliza los servicios de sistemas inteligentes de Microsoft Azure, Power BI de Office 365.



[ThyssenKrupp Elevator](#), como parte de su "viaje digital", está prestando especial atención al desarrollo del liderazgo, a la gestión del cambio y a la sensibilización de los directivos con respecto a la tecnología. La dirección de ThyssenKrupp y Microsoft han confrontado y cotejado sus notas. Microsoft siempre está dispuesta a explicar a sus clientes su propia transformación y compartir conocimientos.



Rolls-Royce: Rolls-Royce y Microsoft colaboran para crear nuevas capacidades digitales

Rolls-Royce tiene más de 13 000 motores de aviones comerciales en servicio en todo el mundo, y durante los últimos 20 años, ofrece a los clientes servicios completos de mantenimiento de los motores que ayudan a mantener la flota de aviones disponible y funcionando eficazmente. Debido al volumen en rápido crecimiento de datos procedentes de muchos tipos diferentes de equipos aeronáuticos, que supera la capacidad de las aerolíneas de analizar y comprender estos datos, Rolls-Royce está utilizando la plataforma Microsoft Azure para transformar radicalmente el modo en que se utilizan los datos para prestar un mejor servicio a sus clientes.

PASO 3 Conectar con sus clientes, productos, activos y personas

Las organizaciones deben entender que, a diferencia de lo que ocurría en el pasado, el producto que proporcionen a los clientes va a estar conectado las 24 horas del día a su empresa. Esto les permitirá saber qué está ocurriendo con ese producto: qué características se están usando, qué tal funciona el producto, etc. Además, las organizaciones pueden conectar con sus clientes y con los entornos de sus clientes las 24 horas del día, no solamente a través de los sistemas de los clientes, sino también mediante la escucha en las redes sociales o el Internet de las cosas. A esto hay que añadir las conexiones con todos los activos del entorno de fabricación, desde la cadena de suministros hasta las operaciones in situ, además de con los propios empleados. Hay conexiones con todas estas cosas, y todas al mismo tiempo. Esto significa que habrá una tonelada más de datos que recopilar, entender, interpretar y comprender. Surgirán datos, hechos y pistas increíbles de los que posiblemente carecían anteriormente las organizaciones. Es la nueva mina de oro. Esta nueva información sentará las bases de los pasos siguientes de la organización y de cómo actuar a partir de ella. Además, en este punto, las organizaciones querrán hacer más de lo mismo (disponer de más datos, más análisis y más conocimientos) para emprender más medidas. Así es cómo empieza normalmente el viaje digital.



Gracias a nuestra nueva alianza estratégica, [Rolls-Royce](#) ahora es capaz de supervisar 13 000 motores a reacción moviéndose por todo el mundo, en un momento dado. Pueden controlar su movimiento y su estado, así como conocer su destino y emprender las medidas necesarias. Por ejemplo, el nuevo sistema que hemos construido en colaboración permite a Rolls Royce saber que pueden "hacer doble clic" en un avión, después en el motor a reacción y luego en cada una de las piezas del motor para conocer el estado de esa pieza y saber cuál es su vida útil restante y qué medidas deben tomarse. A continuación, basta con hacer clic en un botón de "acción" del panel para notificar a un ingeniero del aeropuerto cuándo va a aterrizar el avión y si el motor necesita reparación, con información detallada como la disponibilidad de las piezas de repuesto en caso de que haya que reemplazar alguna. Este nuevo sistema permite a Rolls-Royce ofrecer un servicio muy diferente a sus clientes de compañías aéreas y repercute en el 70 por ciento de los costes totales de explotación de estas compañías, incluida la gestión del combustible. Gracias a él, Rolls-Royce ha pasado de vender motores a reacción a vender "potencia por hora".

PASO 4 Adoptar una cultura de datos

La conexión de todo lo anterior (productos, clientes, activos y personas) generará enormes cantidades de datos. La plataforma de Microsoft es muy rápida y sencilla para adquirir, agregar, limpiar y almacenar con seguridad los datos, y combinar todo esto con otras fuentes de datos estructurados y no estructurados para realizar análisis. Nuestra plataforma es única en su capacidad de reducir las dependencias de ingeniería y permitir a los analistas de datos investigar los datos y a las empresas, extraer conocimientos de ellos rápida y fácilmente. Una estadística que leí sostiene que el 90 por ciento del tiempo total que se emplea en los análisis se dedica a preparar los datos. Nuestro objetivo desde el punto de vista del diseño es permitir que nuestros clientes empleen el 10 por ciento del tiempo que se suele dedicar a analizar los datos y obtengan información más rápidamente.

Por nuestra experiencia con clientes como ThyssenKrupp, Jabil, Rolls-Royce y otros muchos, sabemos que se pueden extraer conocimientos increíbles y descomunales de esos datos, capaces de tener un tremendo impacto en las empresas. Por lo tanto, me reafirmo en la idea de que las empresas deben de dejar de tomar decisiones basadas en los hábitos, corazonadas, opiniones o experiencias para empezar a tomar decisiones basadas en los datos. Nosotros lo llamamos "adoptar una cultura de datos". En el mundo digital, no solo es muy importante centrarse en los datos, sino también entender qué hay en los datos. Y no solo se trata de los propios datos; las organizaciones deben saber qué datos de otros proveedores y otras fuentes están afectando a lo que hacen.

Uno de nuestros clientes de fabricación de alta tecnología estaba sufriendo problemas de calidad y estaba observando tasas de residuos más altas en algunas plantas que en otras, lo que le costaba grandes sumas de dinero. No fue hasta que cotejaron sus datos de producción con la información meteorológica cuando se dieron cuenta de que las condiciones climatológicas significativas como las tormentas estaban afectando a la red eléctrica, debido a que las pequeñas fluctuaciones influían enormemente en el hipersensible entorno de fabricación.

PASO 5 Procesos rápidos de prueba y error

El sector de las tecnologías de la información tiene fama de contar con ciclos prolongados de planificación e implementación de proyectos que cuestan millones y duran años. Para empeorar las cosas, la historia muestra también un porcentaje de éxito relativamente bajo en lo que se refiere a cómo estos caros proyectos de TI producen los resultados deseados. Los proyectos de ERP, CRM y MES son buenos ejemplos de ello.

Esa época ha llegado a su fin. La era digital de hoy en día exige ciclos de experimentación mensuales, si no semanales. Es la era de "fracasa rápido" o "aprende rápido". Las empresas necesitan encontrar el caso de uso, obtener los datos, comprender lo que hay en esos datos, extraer conocimientos e información, aprender de ellos y actuar en consecuencia. Si esto fracasa, deben pasar al siguiente ciclo y al siguiente caso de uso. Si funciona, deben saber cómo ampliar o repetir el proceso. Son estos ciclos experimentales breves de transformación la verdadera clave de la era digital, porque las cosas suceden muy rápido. Se trata de cambiar o de adoptar precozmente, no de quedarse atrás.

Ninguna empresa o sector está exento. Sin embargo, esto no significa prescindir de la planificación ni de reflexionar sobre las oportunidades que deben perseguirse. Gartner sugiere reunir los casos de uso en una tabla para resaltar las mejoras en las experiencias de los clientes y el aumento del rendimiento de la organización. Puede haber otras formas de clasificación o puntuación. Sin embargo, el aspecto fundamental aquí es que las organizaciones necesitan empezar por alguna parte, ponerse en marcha inmediatamente y aprovechar los datos que tienen disponibles.

PASO 6 Tener una visión de conjunto y convertirse en una empresa de software

Las organizaciones ya no pueden actuar por cuenta propia como una empresa. Incluso aquellas con negocios centrados en los partners, como Microsoft, necesitan igualmente replantarse sus relaciones con los partners, sus ecosistemas y su cadena de suministros. Ya no se trata de relaciones aisladas. Se trata de rehacer los sectores, creando nuevos ecosistemas, mercados y plazas. Las empresas deben tener una visión de conjunto. Deben pensar en el ecosistema. Deben pensar en la cadena de suministros de principio a fin. Y después deben optar por cambiar u optimizar cada aspecto.



Jabil: desde la planta de fabricación a la nube: integración de análisis predictivos con fabricación en tiempo real

Jabil y Microsoft han colaborado en un proyecto piloto que conecta una línea de producción de fabricación de productos electrónicos a la nube. Mediante la recopilación de más de un millón de puntos de datos de cada ensamblaje en un proceso de fabricación de 32 pasos y 4 horas, Jabil fue capaz de anticipar y evitar más de la mitad de los fallos de los circuitos impresos en el segundo paso del proceso, y del 45 por ciento restante en el sexto paso. Esto significa ni más ni menos que mediante el uso de machine learning, es posible detectar los errores en las primeras etapas del proceso de producción. En consecuencia, los errores pueden corregirse antes de incorporar los caros componentes electrónicos y antes de que estos costosos errores vayan a parar a los estantes de la tienda. Los resultados finales son una reducción de los materiales de desecho y los costes de garantía, y un aumento de la satisfacción del cliente.

Para poner en práctica rápidamente un nuevo tipo de propuesta de valor en el ecosistema, es posible que las empresas se den cuenta de que necesitan incluso empezar a crear nuevas alianzas. Y no solo alianzas con partners de software o integradores de sistemas; también necesitarán crear o aprovechar los ecosistemas existentes con nuevas formas de colaboración ya establecidas, como los organismos de normalización del sector como [OPC](#), entre otros.

[Microsoft se ha asociado con la OPC Foundation](#) en relación con el estándar OPC UA, y en la actualidad decenas de millones de dispositivos en los entornos y plantas de fabricación están listos para adquirir datos de Azure y son capaces también de recibir una señal de la plataforma. El soporte extendido de Microsoft a la pila de software de código abierto de OPC UA cubre sus ofertas de IoT, desde la conectividad local con los dispositivos Windows hasta la conectividad en la nube a través de la plataforma Microsoft Azure. La integración con Azure IoT permite a los clientes enviar fácilmente datos de telemetría de OPC UA a la nube de Azure, así como dirigir y controlar sus dispositivos OPC UA de forma remota desde la nube de Azure.

Asimismo, los dispositivos Windows 10 que ejecutan Universal Windows Platform se pueden conectar y comunicarse abiertamente con otros dispositivos IoT a través de OPC UA. Estas capacidades reducirán los obstáculos de la adopción de IoT y ayudarán a proporcionar valor inmediato a los clientes al permitirles automatizar los procesos empresariales, reducir los costes mediante una mejor experiencia operativa, introducir nuevos modelos de negocio digital para obtener nuevos flujos de ingresos y acelerar la innovación.

Otro ejemplo destacado es nuestra [asociación con Jabil](#). Jabil, con tecnología de Microsoft, creó el primer sistema de control de calidad digital, que conecta una línea de producción completa. Lo que básicamente hizo Jabil fue reinventar su propuesta de valor desarrollando una solución de control de calidad de las plantas de producción, que no solo analiza los problemas y defectos en tiempo real, sino que también identifica los errores o fallos antes incluso de que sucedan. Mediante Machine Learning, Microsoft Azure IoT Suite, Cortana Analytics y análisis de big data, Jabil ha creado una fábrica digital, inteligente y predictiva, con un porcentaje de exactitud de las predicciones de un 80 por ciento. Esto les permite aumentar el rendimiento, incluida una reducción de los residuos del 17 por ciento y un ahorro energético del 10 por ciento.

PASO 7 ¿Quién es mi Uber?

Por último, las empresas deben preguntarse "¿quién es mi Uber?". Deben entender que la amenaza competitiva no se limita a los agentes existentes en su sector. En esta nueva era, las organizaciones saben que sus operaciones se verán interrumpidas si no cambian y operan de forma diferente, pero no siempre saben de dónde vendrá la amenaza. Podría venir directamente del propio sector, pero también de sectores contiguos debido a la convergencia que se está produciendo en el mercado. O incluso podría provenir de una empresa nueva y prometedora, como hemos visto con Uber o Airbnb, que han desbaratado sectores establecidos. Plantéese siempre esta pregunta y escuche con atención.

En definitiva, o SE PONE EN MARCHA AHORA o corre el riesgo de quedarse atrás.

— **Çağlayan Arkan**, director general de fabricación y recursos internacionales de Microsoft

Por qué apostar por Microsoft como su partner de transformación

La tecnología es tanto un destabilizador como un catalizador del crecimiento. No se trata solo de agregar capacidad, sino de cambiar los modelos de negocio. En esta era digital en rápido movimiento, tiene que seleccionar a sus partners tecnológicos cuidadosamente, asegurándose no solo de que tengan las destrezas que necesita, sino de que su enfoque fomente su agilidad, eficiencias y diferenciación.

Microsoft ofrece un amplísimo abanico de soluciones, pero lo más importante es que estamos trabajando de forma que la flexibilidad, la integración y la confianza sean prioritarias. Estamos trabajando de esta forma y ofreciendo soluciones que respalden este enfoque.

Flexible:

Como su flexibilidad es nuestra prioridad, nuestro objetivo es crear soluciones tecnológicas que resulten esenciales, pero que sean invisibles, para ayudar a sus empleados a ser más productivos. Y nos aseguramos de que nuestras soluciones se adapten a los conocimientos de sus empleados, desarrolladores y profesionales de TI, para que todos puedan seguir avanzando. También le permitimos llevar sus inversiones existentes a la nube al ofrecer escenarios totalmente híbridos, donde las aplicaciones y los datos abarcan tanto recursos locales como recursos en la nube. Y debido a la naturaleza heterogénea del mundo actual, la accesibilidad es esencial: crear tecnología que se conecte con los recursos nuevos y antiguos, con los suyos y con los nuestros, y que funcione en cualquier dispositivo.

Integrado:

Algunos proveedores de tecnología le harán gastar más en integración que en sus soluciones. Para obtener mayor valor, nuestro enfoque es diferente: se basa en la extensibilidad. Nuestro potente modelo de extensibilidad es atractivo para millones de desarrolladores y cientos de miles de nuestros partners que usan nuestra plataforma de nube, donde también pueden integrar nuestras funciones diferenciadas como la administración de identidades, la administración de datos avanzada, el machine learning y técnicas avanzadas de análisis. El sostén de todo esto es nuestro empuje incesante para hacer que todas las soluciones que proporcionamos trabajen conjuntamente, de forma que no tenga que preocuparse por la integración.

Digno de confianza:

Tras cuatro décadas trabajando con usted, conocemos los desafíos a los que se enfrentan las empresas y organizaciones, muchos de los cuales se aplican también a nuestro caso. En un mundo centrado en la tecnología móvil y en la nube, la confianza es crucial. Por eso seguimos realizando grandes inversiones no solo en nuestra infraestructura de nube, sino también en seguridad, privacidad y conformidad. Nos enorgullecemos tanto de liderar como de cumplir la regulación del sector. Nuestro modelo de seguridad centrado en las personas le abre el paso a niveles completamente nuevos. Necesita ser capaz de protegerlo todo: desde los píxeles de una pantalla y las celdas de una tabla hasta los flujos de datos, documentos, bases de datos, aplicaciones, sitios web, nubes y un largo etcétera. Con la identidad en el punto de mira, Active Directory se convierte en el mejor amigo de la sala de juntas. En general, en lo que se refiere a delito cibernético, colaboramos proactivamente para combatir los delitos que afectan no solo a consumidores concretos, sino también a empresas y organizaciones. Mientras nos afanamos en nuestra misión de ayudarle a llegar más lejos, Microsoft sigue comprometida con el desarrollo de soluciones de confianza para nuestros clientes. Para ello, seguiremos colaborando con partners del sector, con la competencia, con los reguladores mundiales y con las fuerzas de seguridad de todo el mundo.

La senda hacia la empresa digital

El camino hacia la transformación digital no consiste tanto en aprovechar la nueva tecnología como en exigir que los líderes empresariales adopten una manera diferente de reunir a las personas y los procesos con estas herramientas tecnológicas, así como una amplitud de miras para replantearse los modelos de negocio tradicionales y la mentalidad de una compañía digital en cuando al modo de interactuar con los clientes, capacitar a los empleados y optimizar las operaciones para reinventar productos y modelos de negocio. La transformación digital es su transformación, respaldada por el compromiso de Microsoft de brindar medios a todas las personas y organizaciones del planeta para ampliar sus capacidades.

Empiece hoy mismo

Trabaje con Microsoft para comenzar hoy mismo su transformación en un negocio digital. Utilice nuestros conocimientos y experiencia en un taller de soluciones empresariales, una sesión detallada sobre la solución, un examen preliminar privado o una sesión en grupo; o bien desarrolle una prueba de concepto o un proyecto piloto para incorporar las implementaciones y soluciones correctas en su empresa.

- En un taller de resultados empresariales, puede trabajar cara a cara con Microsoft Services para definir el ámbito de las soluciones innovadoras, diseños arquitectónicos y siguientes pasos. Examinaremos dónde se encuentra actualmente, qué intenta conseguir y cómo podemos ayudarle a llegar hasta allí.
- En una sesión detallada de la solución, puede explorar más detenidamente cualquier área de soluciones para desarrollar un plan de actuación completo.
- En un examen preliminar privado o sesión en grupo, trabajará directamente con los equipos de ingeniería en las nuevas e innovadoras capacidades, empezando por nuestras herramientas robustas y su infraestructura existente para comenzar a desarrollar soluciones que satisfagan sus necesidades específicas.
- Inicie una prueba de concepto (POC) o un proyecto piloto con el apoyo de equipos de ingeniería y partners clave.

Da igual cómo decida empezar: puede estar seguro de que Microsoft le ofrecerá las soluciones y recursos que le ayuden a transformar su negocio.

Recursos adicionales

- [Blog de Çağlayan Arkan](#)
- [Empresas líderes en transformación digital](#)
- [Conjunto de aplicaciones de Azure IoT](#)
- [Analytics Platform System](#)
- [Cortana Intelligence Suite](#)



© 2016 Microsoft. Todos los derechos reservados. Este documento solo tiene fines informativos. MICROSOFT NO OTORGA NINGUNA GARANTÍA, EXPLÍCITA NI IMPLÍCITA, EN ESTE DOCUMENTO.

Este documento se proporciona "tal cual". La información y las opiniones que aquí se expresan, incluidas las direcciones URL y otras referencias a sitios web de Internet, están sujetas a cambios sin previo aviso. Usted asume el riesgo de utilizarlo. Este documento no le proporciona ningún derecho legal sobre ninguna propiedad intelectual de ningún producto de Microsoft. Puede copiar y usar este documento para uso interno como referencia.

¹ Entrevistas de Keystone Strategy, octubre de 2015-marzo de 2016.

² IDC-Canon Transformation Study, IDC, 2016

³ Digital Transformation in the Age of the Customer, Forrester/Accenture, octubre de 2015