



Pacto Global
Red Panamá

PROGRAMA DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO
SESIÓN 7: TENDENCIAS DE TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD DIGITAL

Facilitadores

Glen Tjon

Partner Advisory

gtjon@kpmg.com

KPMG Panamá

Ana Luisa De Aguilar

Director Advisory

adeaguilar@kpmg.com

KPMG PANamá

AGENDA

1. Pre COVID 19 Una historia diferente
 2. Respuesta a la crisis
 3. Señales e impacto
 4. ¿Qué hacemos y que sigue?
-
- El concepto de la transformación industrial no es algo nuevo, cada vez que hay un cambio de era industrial, la sociedad pasa por crisis y cambios radicales.
 - Cuando se han dado cambios de industria, también hay cambios de manera importante en el PIB, a nivel global.
 - Estamos entrando en la industria 4.0 –Expansión de la Revolución digital con nuevas formas de incorporar tecnología para mejorar la conectividad y la productividad. Auge de la empresa del siglo 21. (Datos, Robótica, IA, IoT, Blockchain, Computación, cuántica, impresión 3D, entre otros.
 - Hay que estar preparados para los cambios y estar listos para aprovechar esas tendencias y tecnologías.
 - Lo que está pasando en este momento con la tecnología es el concepto de abundancia; en el momento en el que la tecnología se convierte en abundancia

cambia la forma como usamos la tecnología (Ej. cámara digital de alta resolución donde no importa cuántas fotos se toma y como salen, antes no era así).

- Las empresas no están viendo la RSE como un elemento adicional al negocio, como filantropía, lo van a ver como una forma integral y una forma de tener una organización más resilientes.
- En Panamá se están viendo compras y adquisiciones de empresas porque no había forma que esa empresa pudiera transformarse y apalancarse en la tecnología, para afrontar el siglo XXI en adelante.

Los 4 Pilares para las empresas del siglo 21, que han demostrado de manera sostenible mejor productividad y resultados:

- Compromiso con el cliente
- Cambio de valor y la naturaleza de los activos. Un activo de valor que es la Data- como anticipar, preparar y pronosticar comportamiento basados en tendencias.
- Apalancamiento en terceros y modelos plataforma. No se necesita comprar toda la tecnología ni todos los activos para poder operar. Hay empresas muy exitosas usando un modelo plataforma. Uber, Apple, Airbnb son ejemplos de cómo la tecnología nos está permitiendo tener accesos a soluciones que quizás antes estaban limitados a empresas grandes que tenían capital de inversión.
- Fuerza laboral del futuro, esta pandemia acentuó más la necesidad que la fuerza laboral ágil, flexible donde no importa donde estén, pueden aportar y ser productivos. Donde la economía no tradicional de empleo (freelance) está tomando un crecimiento importante. En EUA más del 50% de la fuerza laboral trabaja en esquema de contratos o un vínculo no directo con las empresas para el cual labora.

Tecnología Exponencial: Son tecnologías que te permiten aspirar y lograr un crecimiento exponencial.

- Data Management
- Blockchain- Es un libro distribuido compartido con todo ecosistema, que por medio de un algoritmo permite garantizar que los registros no son alterables sin que se refleje los cambios. Es una tecnología que tienen 10 años.
- Cloud ERP and APIs
- Cyber Security debe ser parte integral de la manera de hacer negocios/operación y no se puede digitalizar o transformar digitalmente, si tener claros los riesgos que se tienen. Protección de la privacidad, la pandemia ha demostrado para poder tener trazabilidad de las personas infectadas había que entregar parte de la privacidad. Se comparte información y no se sabe cómo la están utilizando y mantenemos un temor sobre el uso que le den a la información proporcionada.
- Data Analytics

- AI/ML/Cognitive Automation
- Hardware-Drones, IoT, Sensors, 3D
- Interfaces-Mobile, Voice/NLP, Chat Bots, AR/VR

¿Qué impacto tendrá COVID-19 sobre sus inversiones?

Fuente HFS Research abril 2020

Se incrementará

Cybersecurity	68%
Automation	55%
Smart Analytics	53%
Hybrid or multi cloud	49%
AI	46%
IoT	37%
5G	36%
AR/VR	32%

Respuesta a la crisis:

Es una oportunidad de reflexionar, tomar una pausa y ver hacia donde se quiere llegar, debemos ser cautelosos y que mensajes compartimos.

Zona de miedo: En un principio se acumuló comida, papel higiénico y medicinas que no se necesita, reenvió de todos los mensajes, se transmite emociones de enojo y miedo a los demás.

Zona de Aprendizaje: Se deja de consumir compulsivamente cosas que hacen daño (comida, noticias), Identifico emociones, reconozco que todos están haciendo su mejor esfuerzo, comienzo a dejar ir las cosas que están fuera de mi control, verificó información antes de compartirla.

Hay empresas que han aportado dando plataformas de aprendizaje gratis.

Zona de crecimiento: Pienso en cómo puedo ayudar a otros, vivo en el presente u me enfoco en el futuro, muestro agradecimiento, uso mis habilidades para ayudar a quienes lo necesitan, practico la calma y la paciencia, muestro empatía hacia mí mismo, encuentro maneras de adaptarme a los cambios, me mantengo emocionalmente feliz y transmito esperanza

Fases de la crisis y las medidas

Inicio

1. Restricción de viajes internacionales
2. Restricción de eventos

Cierre parcial o completa

3. Cierre de escuelas y universidades
4. Cierre parcial de actividades económicas
5. Cierre completo

Salida

6. Levantamiento parcial de restricciones
7. Apertura completa

Respuesta a la crisis

Todas las organizaciones experimentarán condiciones macroeconómicas similares a corto y largo plazo creadas por COVID 19

Reacción:

- Se tenía noticia del COVID-19 desde diciembre 2019, cuando se dan los primeros casos en China, nadie pensó que sería tan grave ni que llegaría a nuestro país.
- La Pandemia no discrimina y hay que tomar acciones.
- Vida profesional y personal interrumpida rápida y simultáneamente.
- La falta de precedencia y las respuestas descoordinadas del gobierno alimentan el comportamiento de tipo pánico en ciertas áreas.
- Las ventas masivas del mercado de capitales y la escasez de bienes de consumo agravan el pánico
- Las ordenes de cierre bloquean todo menos el consumo esencial
- Crisis de liquidez inmediata para empresas y particulares

Resiliencia:

- Como contener los gastos y proteger capital y operaciones y asegurar que las personas puedan operar desde su casa y tengan un sitio de trabajo seguro.

Recuperación:

- Lecciones aprendidas. Con esta pandemia podemos observar como otros países están haciendo para recuperarse.
- Los proyectos de capital comienzan a escalar e impulsan la contratación.
- El sentimiento y el consumo del consumidor mejora a medida que se crean empleos, las inversiones tienden a ser positivas y la ansiedad pasa.

- Los impactos climáticos positivos del viaje reducido durante el cierre inicial impulsan la recuperación consciente de ESG. Debemos dejar atrás las cosas que no funcionaban.
- Los primeros indicios de nueva realidad emergen a medida que ciertos incondicionales pre-COVID-19 luchan por recuperarse mientras las soluciones alternativas escalan.

Nueva Realidad:

- La nueva realidad se establece a medida que los comportamientos aprendidos y las tecnologías que empoderan las cuales surgieron debido a COVID 19, se convierten en estándar.
- La naturaleza de las interacciones (comunicación/viajes/educación), cambia irrevocablemente.
- La migración hacia las mega-ciudades podría estabilizarse a medida que la conectividad remota resulte viable y persistan los temores a los riesgos de densidad de población.

Señales de Impacto

En etapa de reacción afecto la oferta y también la demanda. Hay pocas empresas que no han sentido el impacto. Hay algunas que se pudieron recuperar rápidamente, pero otras tuvieron que esperar a la etapa de resiliencia.

Condiciones Macro Económico:

Reacción-Manejo de crisis

- Reducción de actividades por 35%
- Impacto en el PBI Global de 3% al mes

Resiliencia-Reducir incertidumbres

- Duración de confinamiento varia por país
- Múltiples reacciones

Recuperación-Nuevas oportunidades

- Apertura parcial de la economía y de actividades

Nueva Realidad- Transformación del modelo de negocio

- Cambios sostenibles en nuestros hábitos (consumo, laboral financiamiento)

Patrones de Recuperación:

Reacción: Liquidez, Servicio al cliente, cadena de suministros

Reinicio Difícil:

- Las industrias /empresas que luchan por recuperarse de COVID 19 debido a la disminución permanente de la demanda de ofertas, capital insuficiente para soportar una recesión prolongada y/o una ejecución deficiente de la transformación digital:
 - Aerolíneas, venta de tienda física, educación superior, energía, hoteles, restaurantes, lugares de entretenimiento.

Transformación para re surgir

- Las industrias/compañías que probablemente se recuperarán, pero a lo largo de un camino prolongado que requiere reservas de capital para resistir y transformar los modelos operativos para emerger más fuertes y más en línea con las prioridades cambiadas de los consumidores.
 - Viajes/turismo, automotriz (inclinada hacia eléctricos), productos duraderos, manufactura industrial, servicios profesionales, seguros, cuidado de la salud, bienes raíces y construcción.

Business as usual Modificado

- Las industrias/empresas consideradas como esenciales diarios sufrirán los efectos de la recesión del cierre del consumidor, pero probablemente se recuperarán más rápidamente a medida que la demanda del consumidor regrese en volúmenes similares. Muchos bancos tuvieron que repensar sus productos digitales y es un tema que no va a mermar.
 - Banca, Bienes de consumo, agricultura, transporte

Oleada

- Las industrias/empresas que escalan después de COVID 19 como comportamiento del consumidor que se modificó debido a la pandemia se mantienen a su favor. Los inversores perciben un potencial para liderar y proporcionar capital para escalar agresivamente durante la recuperación. Las que están creciendo de manera importante. En China es donde se está digitalizando más el intercambio de valor, ya no ha intercambio de cheque, T/C o efectivo, lo que permite que la sociedad pueda ser más resilientes.
 - Venta en línea, telecomunicaciones, entregas a domicilio, tele-medicina, gestión de activos, ciencias de la vida/farmacéuticas, plataformas de interacción, transmisión de medios.

En Panamá como consumidor y proveedor de servicios/productos debemos anticipar pues eventualmente vamos a tener una sociedad que no va a tener T/C, cheque y se estará operando de manera digital. Las T/C fueron creadas hace más de 50 años y aun la usamos.

Para Panamá será importante evaluar la conectividad digital, que es un proyecto que nos debe permitir no solamente el tema de intercambio financiero, sino también educación, telemedicina, pues hay mucha deficiencia en crear infraestructura para que las cosas funcionen bien. La conectividad será el diferenciador, para ser una sociedad equitativa y próspera.

Nueva Realidad:

- Manera de Trabajar: ¿El trabajo remoto en la nueva realidad y los viajes de oficina/negocio se convierten en la excepción.
- Mano de obra: Se acelerará la automatización
- Comercio digital: Economía digital
- Cadena de Suministro y manufactura: Las cadenas de suministro existente volverán a la normalidad o se reconfigurarán?
- Continuidad y resiliencia
- Medio ambiente y cambio climático es un punto importante como podemos convivir con el medio ambiente teniendo prosperidad.
- Peso de la deuda, esta crisis los obliga a endeudarse, en Panamá por el crecimiento que hemos tenido de manera sostenible en los últimos años se pudo considerar a fondos externos, lo que nos debe ayudar a recuperarnos.
- Globalización, los países buscarán cada vez más prosperidad. No se regresará a cerrar fronteras.

Curva de transición a la nueva realidad:

- Desconocido Curva de la enfermedad
- Incontrolable Curva de la Macro Economía
- Conocido Curva de tu industria
- Controlable Curva de tu compañía

¿Qué hacemos y que sigue?

La recuperación a los niveles anteriores a la pandemia se logrará:

- En la segunda mitad del 2021 para las economías que mejor hayan reaccionado.
- No antes del 2024, para economías muy grandes o países que no hayan logrado manejar la crisis.

Nueva Realidad

- Esta crisis de salud llegará a su fin, y vamos a salir mejor. Pero no será automático y se tendrán que hacer sacrificios.

- Los hábitos de consumo cambiarán, los artículos de lujo, automóviles van a sufrir de manera importante en los próximos meses.

Cuando la crisis se termine ¿Qué será la nueva realidad?

Individuos

- ¿Cambiamos la forma en que valoramos...?
- ¿Nuestra salud física y mental?
- ¿El tiempo que pasamos en familia y amigos?
- ¿Cómo ganamos, ahorramos y gastamos dinero?
- ¿Estaremos más unidos o divididos que antes?
- La inteligencia artificial no discrimina. El que ha sido afectado son las personas de bajos recursos o mano de obra que se puede automatizar.

Organizaciones

- ¿Cómo cambiarán las dinámicas de la industria y la competencia a medida que las industrias se recuperen? ¿Quiénes serán los nuevos ganadores y perdedores?
- ¿Los horizontes de inversión serán más cortos o más largos que antes?
- ¿Acelerarán las organizaciones el cambio hacia el capitalismo de los interesados?
- ¿Cómo utilizarán las organizaciones los fondos de rescate? ¿Habrá una presión adicional del gobierno y de los consumidores sobre su comportamiento futuro?
- Facturación electrónica

Gobiernos

- ¿Cuál será el enfoque a largo plazo para cubrir los costos de las políticas a corto plazo?
- ¿Confiarán los ciudadanos en su gobierno más o menos que antes de la crisis?
- ¿Los ciudadanos estarán más dispuestos a ceder derechos para que el gobierno pueda abordar eficazmente los brotes futuros?
- ¿Cambiarán los gobiernos a la hora de promover el bienestar de sus ciudadanos?

¿Qué resultados esperan las organizaciones?

- Crecimiento
- Costo y Eficiencia
- Experiencia del cliente y colaborador
- Gestión de riesgo y cumplimiento
- Estrategia y transformación
- Adecuación de capital

Facilitador: Ana Luisa De Aguilar

Connect Enterprises

- 1 Ola de transformación

Digitalización por defecto: ventas, Servicio al cliente, mercadeo

- 2da ola de transformación

Operaciones Digitales: Partes Operativas, entre al cliente, gestión de los contratos, cadena suministros, RRHH TI, Finanzas

- Siguiete Ola

Ejecución eficiente: Al lograr conectar toda la empresa se consigue una ejecución eficiente, que soporta brindar una experiencia al consumidor que trasciende de los puntos de contactos tradicionales

- Las organizaciones están invirtiendo cantidades record en iniciativas relacionadas con los clientes, pero no todas están viendo un retorno de la inversión creíble.
- Para que las empresas sean relevantes, eficientes y poder responder a las solicitudes de los clientes necesitan enfocarse en las necesidades de los clientes.
- Es importante que las organizaciones para conectarse tienen que hacer un análisis de las empresas a través de los 5 lentes
 - Clientes- entender sus necesidades, cual es la propuesta valor que podemos ofrecer.
 - Colaboradores-estén conectados comprometidos con esa oferta del cliente, pero deben proporcionar las herramientas necesarias para que colaborador pueda ofrecer esa oferta, los líderes de las diferentes áreas también deben estar alineados.
 - Front, middle & back office- Todos deben estar conectados, en cuanto a tiempo, calidad, post venta.
 - Canales y socios de negocios- cuál es el estatus de ellos para cumplir los compromisos.
 - Dinámicas del mercado y tendencias-estar al día en lo que está sucediendo.

Organizaciones ágiles necesitan capacidades que se alineen con todo el negocio para poder enfocarse en el cliente.

Estas empresas invierten en 8 capacidades

- Diseño que se enfoca en la experiencia que se tiene.
- Operaciones y cadena de suministros reactiva.

- Ecosistema integrado de socios y alianzas.
- Arquitectura tecnológica habilitada digitalmente.
- Fuerza laboral alineada y empoderada.
- Interacciones y comercio sin interrupciones.
- Estrategias y acciones impulsadas por los datos.
- Productos y servicios innovadores.

El éxito de e commerce es la confianza de que si la mercancía no me gusta o no me sirve la puedo devolver, y se puede devolver sin mayores implicaciones.

“Flexibilidad existencial la capacidad para iniciar una disrupción extrema de un modelo de negocio o estrategia para avanzar de manera efectiva el propósito”. Simon Sinek, Autor

“La mejor forma para predecir el futuro es crearlo” Peter Drucker