



dCHAIN®
SU ENLACE TECNOLÓGICO

CASO DE ÉXITO

Proyecto

"Mecanismos de innovación con las empresas"

Realizado por la Firma Consultora Española

IDOM



Marzo, 2007

CASO DE ÉXITO dCHAIN

INDICE

1. DESCRIPCIÓN
2. ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN
3. CULTURA DE LA INNOVACIÓN
4. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS/SERVICIOS
5. REDEFINICIÓN DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN



1. DESCRIPCION

dCHAIN es una compañía proveedora de soluciones y herramientas tecnológicas que ayuda a las empresas a integrar, automatizar y administrar las operaciones de sus diferentes unidades de negocio. Ofrecen a sus clientes asesoría respecto a las alternativas para su negocio; les provee de la solución tecnológica más adecuada y del soporte técnico necesario para que puedan obtener el 100% de rendimiento de la solución instalada.

La empresa se fundó en Estados Unidos en 1996 por iniciativa del actual gerente Roberto Melo y con una aplicación de comercio electrónico para cadenas de distribución industriales. Durante el periodo 2001-2002 y como reacción a los factores socioeconómicos, políticos y financieros del entorno, dCHAIN realizó dos movimientos estratégicos importantes:

Por un lado, extendió las operaciones de Mercadeo y Ventas a Panamá. El gerente de la compañía, de origen panameño, buscaba ampliar las oportunidades de venta en un país Latinoamericano.

Hoy en día, tienen una oficina para Latinoamérica ubicada en el Tecnoparque Internacional de Panamá en la Ciudad del Saber, en Ciudad de Panamá, y otra oficina para Estados Unidos en Houston, Texas. dCHAIN también cuenta con Canales de Distribución en Costa Rica y próximamente en otras ciudades de América Latina, para la venta, distribución, soporte y entrenamiento de sus soluciones.

2. ESTRATEGIA DE INNOVACION

dCHAIN nació con la idea de ofrecer soluciones colaborativas en la cadena logística de proveedores y en el campo del comercio electrónico. Su estrategia consistía en ofrecer servicio a clientes de gran tamaño en un momento en que había mucha demanda.

En el 2001 la economía de Estados Unidos en el área de tecnología estaba altamente debilitada y muchas de las empresas del sector desaparecieron. dCHAIN optó por cambiar su estrategia por completo. El traslado de las operaciones de desarrollo a Panamá permitió a la empresa disminuir sus costes manteniendo los mismos clientes, en un entorno geográfico bien comunicado. La estrategia de ventas que en Estados Unidos se hacía de forma directa a cliente ya no podía llevarse a cabo desde Panamá. Esto llevó a dCHAIN a establecer una alianza con

un socio de Texas para que mercadeear sus productos en Norteamérica ejerciendo de este modo una venta indirecta.

El mercado de Panamá era también muy distinto al de Estados Unidos, más pequeño y segmentado. dCHAIN tuvo que cambiar varios de sus procesos. En Estados Unidos la venta se orientaba por sectores, intentando aprovechar al máximo un mismo desarrollo tecnológico para empresas en condiciones y entornos parecidos, pero en Panamá este enfoque ya no funcionaba. La segmentación del mercado y la expectativa de los propios clientes de tratar tecnológicamente con un único proveedor, les obligó a aumentar su cartera de productos diversificando. Pasaron de tener 3 o 4 productos a tener 25 tipos de productos distintos en cinco años.

En la época de Estados Unidos la misión de dCHAIN se centraba en la venta de un solo producto (el comercio electrónico). Con su llegada a Panamá este enfoque cambió radicalmente. dCHAIN dejó de vender productos para pasar a vender soluciones tecnológicas. Su objetivo ya no era ser un simple proveedor sino un socio estratégico de tecnología para sus clientes, capaz de solucionar sus problemas mediante combinación de sus recursos, tecnológicos y humanos.

3. CULTURA DE LA INNOVACION

dCHAIN es una empresa dinámica que ha sabido reinventarse constantemente. El carácter emprendedor del gerente de la compañía y la necesidad de mejorar los procesos internos ha hecho que, desde el inicio y sin ser consciente, se llevaran a cabo actividades de tipo innovador. Sin embargo, no es hasta julio del 2006, tras su participación en un proyecto europeo “Mecanismos de Innovación en las empresas” promovido por la Ciudad del Saber e impartido por expertos europeos de IDOM, que la empresa toma conciencia de que realmente innova en muchos aspectos y pone los mecanismos necesarios para la sistematización y gestión de dichos procesos.

Ejemplo de ello es la creación, a finales del 2006, de un Comité de Innovación constituido por Gerencia General y los responsables de los distintos departamentos (Servicios, Tecnología, Mercadeo, Ventas, Finanzas, Recursos Humanos y Operaciones).

A los proyectos seleccionados se les asigna un responsable y un presupuesto suficiente para poder realizar un primer análisis de viabilidad. La decisión de parar, continuar o abortar el

proyecto será tomada en función de dicho análisis de viabilidad y en la siguiente reunión del Comité de Innovación.

Por otra parte, cabe destacar que antes de la participación de dCHAIN en el proyecto “Mecanismos de innovación en las empresas”, la empresa contaba con muchas ideas pero éstas no se ejecutaban. No se gestionaban ni tenían una estructura de proyecto como tal. En tan solo seis meses, dCHAIN ha conseguido transformar estas ideas en proyectos y gestionarlos.

4. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS/SERVICIOS

A lo largo de su vida, dCHAIN ha sufrido tres evoluciones significativas en el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Tras su traslado a la Ciudad del Saber de Panamá, dCHAIN ofrecía básicamente Soluciones Integrales de Software (Software ERP, Comercio Electrónico, Mantenimiento, Punto de Ventas, entre otros.) para medianas y grandes empresas. Aproximadamente un año más tarde y tras detectar la necesidad en el mercado, dCHAIN decidió crear otra nueva unidad de negocio mediante la oferta de Servicios Tecnológicos (toma de inventarios, asesoría tecnológica, toma de activos fijos, desarrollo de software a la medida etc.).

Inicialmente estos servicios eran demandados por clientes con problemas puntuales pero recurrentes a quienes no les compensaba la compra de un equipo interno para solucionarlos. Con el tiempo, estos servicios fueron ofreciéndose también a otras empresas no necesariamente usuarias del software de dCHAIN.

En aquellos momentos dCHAIN usaba sus equipos para desarrollar de forma interna los productos y servicios que ofrecían a sus clientes. Más tarde empezaron a aparecer clientes que, para evitar tener que tratar con distintos proveedores, demandaban a dCHAIN la implantación del software pero también los equipos que lo soportaban. Así, en el 2005, tras el crecimiento progresivo de las demandas de equipos y aprovechando esta oportunidad, dCHAIN creó una tercera unidad de negocio basada en el alquiler o venta de hardware.

Las tres unidades de negocio (soluciones integrales de software, servicios y equipos) operan actualmente de forma independiente pero es realmente en la combinación de ambas, que dCHAIN encuentra solución a todos los problemas planteados.



5. REDEFINICIÓN DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN

En los inicios, en los que la empresa operaba en Estados Unidos, el producto era muy especializado y se basaba únicamente en las soluciones de comercio electrónico. El mercado norteamericano era muy grande y la demanda abundante, por lo que un solo producto era justificado.

La expansión de las operaciones de Mercadeo y Ventas a Panamá significó tener que adaptarse a otro tipo de mercado, mucho más pequeño, que les obligó a diversificar la cartera de productos para poder mantener la cuota de mercado deseado. Con el tiempo otros cambios fueron implementados:

A parte de la redefinición de los procesos internos dCHAIN tomó otros retos significativos a nivel de comercialización. A finales del 2006 dCHAIN cierra una alianza con CrimsonLogic para la comercialización de sus productos en Panamá y Centroamérica. CrimsonLogic con sede en Singapur y actualmente también con presencia en la Ciudad del Saber, ofrece consultoría para el desarrollo y la implantación de sistemas informáticos para logística, comercio electrónico, eLearning y eGovernment a nivel internacional.

Esta alianza combina la experiencia y el avance tecnológico de CrimsonLogic con la capacidad de desarrollo de dCHAIN y su ubicación estratégica en Panamá. La realización de futuros proyectos conjuntos significará para dCHAIN un gran reto empresarial, que superará con seguridad mediante las herramientas de innovación y experiencia adquiridas a lo largo de su trayectoria en el ámbito de la tecnología.

Además la reciente redefinición de su pagina web www.dchain.com, bajo un único dominio para Estados Unidos y Latinoamérica, pretende ser también una importante herramienta de mercadeo para la empresa.

Acerca de IDOM

IDOM es una de las empresas **líderes** en el mercado español de los servicios profesionales de **Ingeniería, Arquitectura y Consultoría** y, en estos momentos, está dando los pasos oportunos para extender ese liderazgo también al ámbito internacional. A lo largo de casi medio siglo, en el que ha atendido a más de 5.000 clientes, participando en 13.000 proyectos en cuatro continentes. La innovación, entendida no sólo como la búsqueda proactiva de nuevos productos y servicios, sino también de métodos y procesos de gestión en el seno de la empresa, forma parte inseparable del modelo de negocio de IDOM.