

Un 57% de los CIOs rediseña su estrategia para aprovechar las ventajas de la transformación digital

- Según un estudio de IBM, la transformación digital se concibe como un proceso de cambio tecnológico y de negocio; la apuesta por la innovación sustituye a la reducción de costes
- El 44% planea invertir en soluciones de analítica avanzada, como las tecnologías cognitivas

Madrid, Madrid, España - 24 jun 2016: Las nuevas tecnologías están transformando la forma en la que trabajamos y nos conectamos y, al mismo tiempo, están ayudando a romper las barreras de entrada en muchos mercados, lo que permite la llegada de nuevas startups frente a las que las compañías tradicionales tienen más difícil competir (un fenómeno conocido como "uberización"). Un 63% de los CIOs cree que la convergencia entre sectores tendrá un impacto sin precedentes en su negocio y un 57% está rediseñando su dirección estratégica para aprovechar las ventajas de la transformación digital. Los responsables tecnológicos de las empresas son cada vez más conscientes de estos retos y el 50% se está ya preparando para enfrentarse a la entrada de nuevos competidores de otros sectores.

Estas son algunas de las principales conclusiones del estudio "[Redefiniendo los límites: Conclusiones de la encuesta global a consejeros delegados y alta dirección. Perspectiva del CIO](#)". elaborado por el [Institute for Business Value de IBM](#) entre más de 1.800 CIOs de todo el mundo.

Prepararse para lo nuevo

Según los CIOs encuestados, las soluciones móviles, el cloud computing o el Internet de las Cosas (IoT) gozarán de mayor protagonismo en sus empresas en un plazo de tres a cinco años, a pesar de ser tecnologías que llevan mucho tiempo a su alcance. Por ejemplo, aunque pueda parecer que la tecnología en la nube es un fenómeno extendido, la realidad es que casi la mitad de los CIOs (49%) todavía está investigando, analizando o eligiendo su solución cloud.

Sin embargo, un aspecto que sí ha calado en la conciencia del CIO, más que en el de otros directivos es el de la seguridad, considerada el mayor riesgo por el 76% del total, frente al 67% de otros puestos directivos. En este sentido, el CIO demuestra que la gestión de riesgos es una prioridad, aunque si atendemos a las prioridades estratégicas clave para transformar la empresa, mejorar la inteligencia y el conocimiento de su empresa (85%), digitalizar el front office (83%) y reforzar las competencias del departamento de TI (80%) son los objetivos esenciales. Se trata de tres objetivos lógicos y relacionados entre sí: Ayudar a los departamentos de marketing y ventas a entender lo que dicen los clientes y a crear una relación más estrecha con ellos implica proporcionar las herramientas analíticas, digitales y sociales adecuadas.

Como parte de este estudio, IBM ha diferenciado además entre dos subgrupos de CIOs: Los abanderados (aquellos que vienen de empresas con un sólido historial financiero y gran reputación) y los seguidores del mercado (aquellos que vienen de empresas con un perfil de mercado inferior y que no han tenido tanto éxito desde el punto de vista financiero). En este sentido, los directores de TI están comenzando a dedicar menos tiempo a reducir costes y más tiempo a estimular la innovación, aunque aquí existe una brecha evidente entre los CIOs "abanderados" (90%), frente a sus colegas de compañías definidas como "seguidoras del mercado" (36%).

Las empresas quieren ser tan ágiles como una 'start-ups'

Organizaciones de todos los sectores necesitan optimizar sus procesos para acelerar el proceso de comercialización de sus productos y servicios. Ésta es la principal demanda que traslada la Dirección de negocio al departamento de TI y la opinión más extendida entre los CIOs es que deben contar con aplicaciones eficaces y creadas ad hoc, tal y como hacen las start-ups. Aunque los CIOs se están centrando en conseguir más información de valor, muchos de ellos pasan por alto una fuente de inteligencia fundamental: el cliente externo, ya que solamente tienen en cuenta su opinión el 36%. Estos profesionales tienden a confiar en mayor medida en líderes de opinión externos (61%).

Por otra parte, la necesidad de analizar datos con eficacia adquiere un mayor calado entre los CIOs, según se desprende de este estudio: El 44% planea invertir en analítica avanzada. Hasta la fecha, la mayoría de los sistemas analíticos han sido explícitamente programados para ser deterministas. Solo pueden solucionar problemas si se les ha programado para ello y solo ofrecen respuestas de tipo sí/no. Por el contrario, los sistemas cognitivos aprenden de su interacción con los usuarios y de sus experiencias en el entorno, lo que explica el creciente interés de los profesionales consultados.

En definitiva, los CIOs son conscientes de que la disrupción digital será generalizada y se deben preparar para un futuro en el que las diferencias entre sectores y competidores se difuminarán. Una de las conclusiones del estudio es que los directores de TI son conscientes de la importancia de fomentar la innovación de manera significativa, diseñando proyectos fáciles de gestionar, con tareas específicas para distintos equipos. Asimismo, la manera de hacerlo es aprovechar toda la información del cliente, con el objetivo de entenderlo mejor. En este sentido, los CIOs abogan mayoritariamente por tecnologías de analítica avanzada, que les ayudarán a comprender mejor su empresa e identificar a tiempo las competencias que deben ser reforzadas de cara al futuro.

Puede acceder al estudio completo de IBM [aquí](#).

Para más información acerca del Institute for Business Value de IBM visite <http://www.ibm.com/iibv> o descargue la aplicación móvil para [Android](#) o [iOS](#).
