



La innovación tecnológica impulsa el crecimiento empresarial: el nuevo rol del CIO

La innovación tecnológica impulsa el crecimiento empresarial: el nuevo rol del CIO

El rol del CIO está experimentando importantes cambios y recibe más atención del equipo ejecutivo como líder que puede utilizar la tecnología para impulsar el crecimiento de la empresa.

Antes las responsabilidades del CIO se centraban casi exclusivamente en la selección y gestión de las soluciones tecnológicas, pero en los últimos años el rol del departamento de TI ha pasado a ser el de respaldar la aplicación de la estrategia empresarial, lo que incluye la creación de nuevas empresas digitales. Ahora los CIO deben estar inmersos tanto en el negocio como en la tecnología, y garantizar que la organización disponga de las plataformas adecuadas para prosperar y crecer. Esto es especialmente importante para los CEO, pues el crecimiento es su máxima prioridad según la encuesta [Global CEO Outlook](#) de KPMG.

Integración de objetivos tecnológicos y empresariales

Aunque se sigue esperando que el departamento de TI gestione sus equipos y operaciones diarias, cada vez se pide más al CIO que trace una estrategia digital que cambie la comunicación e interacción de la empresa con sus clientes. Esto incluye contribuir a transformar su organización para aprovechar las ventajas que ofrece la empresa digital.

Desarrollar y ejecutar una estrategia digital plantea enormes retos, porque exige que los CIOs vinculen su gestión tecnológica a los objetivos de negocio de la organización. Sobre todo en lo que se refiere al crecimiento, el CIO ocupa un puesto muy visible entre todos los ejecutivos. Dado que la tecnología puede permitirnos hacer negocios de formas nuevas y más eficaces, el equipo ejecutivo depende del CIO para utilizar datos, software, dispositivos y nuevos canales de difusión tecnológica con el objetivo de llevar la empresa a una nueva era de oportunidades y operaciones.

El rol del CIO

El punto principal de atención ha pasado de estar en las operaciones internas a encontrarse en los objetivos empresariales estratégicos. Esto se debe en gran medida a la importancia actual de la tecnología móvil, la usabilidad, los servicios cloud y una mayor conectividad para relacionarse con clientes y posibles clientes. El software puede decirnos más cosas sobre lo que quieren los clientes y cómo se comportan, y las herramientas digitales pueden presentar nuestra marca ante los usuarios sea cual sea el entorno en el que trabajen y vivan.

El CIO debe definir cómo llevar la empresa hasta el consumidor y, en un mundo que depende cada vez más de las interfaces de las aplicaciones, la conectividad móvil y los modelos cloud, eso supone reestructurar componentes del negocio y de la empresa para poder utilizarlos en cualquier lugar y momento en que las personas quieran interactuar.

Los CIOs tendrán en cuenta las prioridades clave que se indican a continuación para respaldar sus organizaciones.

Adopción de tecnologías disruptivas

Un informe de 2016 de IBM, [«Redefining Boundaries: The Global C-Suite Study»](#) ([Redefinición de los límites: el estudio global de managers](#)), señala que un 58% de los CEO más relevantes del mercado busca la innovación disruptiva, no solamente mejoras graduales. El ritmo del cambio es simplemente demasiado elevado, y el riesgo de quedarse quieto puede ser mayor que el asociado con el cambio. En este entorno, el CIO se ha convertido en un paladín de la disruptión, no solo para cambiar las cosas, sino para definir un mejor camino.

La evolución se produce cada vez de forma más simultánea en distintas partes de la empresa, lo que requiere agilidad en la organización, voluntad de cambio y la adopción de la innovación como competencia principal y estrategia a largo plazo, en vez de limitarse a «arreglar» partes del negocio a corto plazo.

El [estudio de IBM](#) explica lo que piensan los managers de la estrategia y las decisiones tecnológicas: «Una de las tendencias más notables de la pasada década fue el aumento de la importancia que los CEO atribuyen a la tecnología. Hace diez años, esta ocupaba el sexto puesto en la lista de factores externos más importantes que esperaban que ejercieran influencia en sus empresas. Ahora encabeza constantemente la lista de cosas que aparecen en sus radares».

Aunque el aumento de la importancia de la tecnología es realmente bueno para los departamentos de TI, los CEO suelen centrarse más en la experiencia del usuario final, y es posible que no tengan la perspectiva necesaria para pensar en todas las repercusiones de las nuevas soluciones. Por lo tanto, los CIO deben evaluar el impacto de la innovación y cómo se aplicará a los objetivos de la empresa. Tienen que comprender los datos demográficos y los comportamientos tanto de su propia plantilla como de la base de clientes. Las soluciones que implementen deben reflejar cómo se relacionan estos grupos con la tecnología y, por lo tanto, deben diseñarse pensando en ese objetivo.

Corresponde al CIO identificar la mejor combinación de tecnologías innovadoras (por ejemplo, soluciones móviles, entornos centrados en los usuarios y funcionalidad social), pero debe tomar sus decisiones de forma que proporcione lo necesario a toda la organización y siente las bases para crecer. Por ejemplo, cada vez se recurre más al cloud como forma innovadora de gestionar la empresa sin tener que soportar la carga de los costes y problemas que conlleva la gestión de la infraestructura TI. «En Cardinal la cloud es una estrategia importante. Nos ayuda a seguir siendo ágiles», afirma Patricia Morrison, CIO de Cardinal Health Inc.

Conocimiento, previsión y comprensión de la empresa

El volumen, variedad y velocidad de los datos de los que disponen las empresas continúan aumentando. Aprovechar esos datos para el negocio sigue siendo un reto para muchas organizaciones. La encuesta [2016 Global CEO Survey](#) de PwC señala que el 68% de los CEO consideran los datos y el analytics como tecnologías que deben adoptar de forma más generalizada.

Este aluvión de datos permite al CIO crear oportunidades para plasmar y comprender la empresa de una forma mucho más precisa y contextualizada que antes. Las aplicaciones producen muchos datos sobre comportamiento, usuarios e interacciones. El CIO debe utilizar la tecnología que está detrás de la business intelligence para que estos datos sean significativos y útiles. La perspectiva que el CIO puede lograr así ayuda, en definitiva, a tomar mejores decisiones empresariales sobre desarrollo de productos, marketing y ventas.

El aumento de las capacidades de analytics también ofrece al CIO una excelente oportunidad para colaborar más estrechamente con los ejecutivos de las distintas áreas de negocio y democratizar el acceso a los datos. Es posible que los CIO deban seguir desempeñando el rol de clasificar, ordenar y facilitar la información para su análisis, pero no pueden permitirse que los datos se queden en el departamento de TI, sino que deben buscar formas de distribuirlos a los usuarios empresariales para mejorar sus decisiones.

El [estudio de IBM](#) sugiere que los managers están cada vez más interesados en estos tipos de tecnologías: «Los CEO también emplean técnicas más sofisticadas para descifrar los datos que recopilan sus organizaciones. El 66% utiliza capacidades de analytics en sus previsiones, frente a solo el 50% de sus compañeros. Sin embargo, son las tecnologías cognitivas las que realmente revolucionarán la forma de trabajar. Los sistemas tradicionales basados en algoritmos están limitados por lo que están preprogramados para hacer, mientras que los sistemas cognitivos aprenden con la experiencia y aplican lo aprendido a nuevas consultas o tareas».

Crecimiento de la empresa

Crecer es un objetivo compartido por todos los ejecutivos. Aunque todas las partes de la empresa contribuyen al crecimiento, es responsabilidad del CIO desarrollar una base de sistemas y tecnologías en la que pueda encionar. La base tecnológica debe respaldar una mentalidad de crecimiento, de modo que esté preparada y optimizada para aprovechar cualquier oportunidad cuando se presente.

Un factor cada vez más importante para los ejecutivos es el impacto de los asuntos macroeconómicos en el éxito de sus organizaciones. Como se indica en la encuesta [2016 Global CEO Survey](#) de PwC, muchos CEO están preocupados por «... un mundo que se globaliza... con muchas dimensiones de poder, crecimiento y amenazas: una transición que denominamos multipolar». El informe continúa explicando que el 59% de los CEO prevén «varios modelos económicos», y el 75% esperan un aumento de la regionalización del comercio global.

Estas preocupaciones no se refieren solamente a la tasa de crecimiento, sino también al lugar del que procederá el crecimiento y a la forma que adoptará. Casi la mitad de los CEO espera al menos una adquisición en los tres próximos años, según KPMG, y dos tercios esperan más ingresos procedentes de las operaciones internacionales dentro de tres años. Los sistemas necesarios para permitir este tipo de crecimiento deben ofrecer escalabilidad, flexibilidad y configurabilidad. Desarrollar sistemas para el crecimiento vertical estándar simplemente no será suficiente.

Optimización de la arquitectura de TI para el crecimiento, la flexibilidad y la escalabilidad

Los CIO deben contar con sistemas y redes que allanan el camino al futuro y, para ser eficaces, deben adoptar un enfoque equilibrado que atienda las necesidades actuales y pueda evolucionar con el tiempo cuando cambien los requisitos internos, de los clientes y de los partners.

El ritmo de la innovación tecnológica es cada vez más rápido, y por eso se complican tanto el aumento como la gestión de los activos existentes, muchos de las cuales se diseñaron para una época más lenta y sencilla. Cada vez más CIO adoptan soluciones innovadoras, como aplicaciones cloud y dispositivos móviles, desarrolladas para la era moderna y equipadas para ajustarse a las necesidades en constante evolución y con el objetivo de aliviar gran parte de la carga de gestión tradicional del departamento TI.

Utilizar aplicaciones cloud es un paso importante para la mayoría de los CIO con visión de futuro. Al considerar cómo crear una arquitectura sostenible para la Asociación Automovilística Estadounidense del Norte de California, Nevada y Utah, su CIO, Osh O'Crowley, quiso aprovechar las ventajas de los servicios cloud. Comenta: «Como CIO, cuando veo cómo gastamos nuestro dinero en tecnología, no estoy atrapado en ese bucle de amortización y depreciación en el que se encuentran la mayoría de los CIO cuando invierten en algo». Gracias a innovadoras soluciones cloud y digitales, O'Crowley puede afirmar lo siguiente: «No tengo los centros de datos que ejecutan todas esas tecnologías. No tengo DBAs. Compro lo que necesito. Lo conectamos y nos centramos en nuestra gente».

Según la encuesta [Forbes CIO Summit 2016: CIO Transformation Survey](#), el 28% de los CIO responden que sus organizaciones de TI dedican más de un cuarto de su tiempo a trabajar directamente con terceros, sobre todo clientes y partners. Lo que resulta aún más significativo es que el 76% de los CIO esperan que en los próximos 2 años aumente sustancialmente la interacción con terceros. La única manera de que este tipo de estrategia pueda escalarse es gestionarla con implementaciones tecnológicas eficaces creadas para el crecimiento.

Protección de los activos de la organización

Una [encuesta de PwC](#) concluye que el 61% de los CEO consideran la falta de seguridad informática una importante amenaza para los intereses nacionales y comerciales. Hemos visto que notorios pirateos e intromisiones han provocado importantes daños a las marcas, pérdida de confianza entre los clientes e incluso acciones legales para algunas empresas. Todas las miradas apuntan al CIO para que mitigue el riesgo y garantice que la propiedad intelectual de la empresa y los datos de los usuarios no caerán en las manos equivocadas.

Los CIO utilizan el punto de vista empresarial para diferenciar entre datos a los que debe poder accederse de manera generalizada y propiedad intelectual que debe protegerse. Las API y las capacidades de integración crean soluciones bastante sencillas para hacer llegar los datos a más usuarios, en más plataformas y a través de diferentes dispositivos. Desde el punto de vista del crecimiento empresarial, permitir esa accesibilidad tiene importantes ventajas, pero se trata de un equilibrio frágil para el CIO. Cada punto de acceso se convierte en otra posible vulnerabilidad. Los CIO tienen una visión completa del entorno de aplicaciones, y deben proteger el acceso, la comunicación y las transacciones en todo el ecosistema de datos.

La reputación de la marca y de las prácticas de su organización se basa en la confianza existente entre los diferentes actores de la empresa. Ofrecer acceso a la información para que los usuarios empresariales puedan tomar mejores decisiones crea beneficios. Sin embargo, el CIO ha de combinar esa habilidad con un entorno tecnológico seguro que garantice que solo usuarios conocidos con fines determinados puedan acceder a los datos. Aumenta el número de datos y funcionalidades disponibles y utilizables, por lo que los CIO deben buscar formas de hacer accesibles los datos de la forma más eficaz, sin exponer la organización a posibles riesgos.

El CIO del futuro

Los temas que más preocupan a los CIO son los que generan ventajas competitivas y garantizan la seguridad y eficiencia de sus empresas y sus datos. La tecnología que decidan emplear debe ofrecer ventajas, pero también debe atender las necesidades de los usuarios.

Hacer negocios en el mercado actual exige una comprensión casi omnisciente de todos los aspectos de la organización. La mayoría de los ejecutivos comprenden las diferentes partes de su empresa, pero el CIO está en una posición única para ver toda la empresa y aplicar soluciones tecnológicas eficaces. Los CIO pueden formular una estrategia de crecimiento eficaz para su organización combinando conocimiento del negocio con un gran expertise tecnológico.



Workday | Teléfono: +34 911 23 29 47 | workday.com/es

© 2016. Workday, Inc. Todos los derechos reservados. Workday y el logotipo de Workday son marcas registradas de Workday, Inc. El resto de nombres de marcas y productos son marcas comerciales o marcas registradas de sus titulares respectivos.