



Texto  
R. Contreras

¿CÓMO VEN LOS ANALISTAS ESTE PANORAMA TAN DISRUPTIVO?

# La luz al final del túnel

« El historiador británico Ian Morris está convencido de que “las guerras nos han hecho más ricos, más seguros y más pacíficos”, y es que los periodos bélicos y traumáticos tienen a la postre un resultado positivo para el progreso de la humanidad. Buscando un paralelismo, la sociedad ha visto cómo la digitalización ha tomado alas con la pandemia y muchos la ven como un antídoto ante la crisis económica que nos anega. Los analistas consideran la adopción de la tecnología la tabla de salvación para ser más eficientes y productivos.





**P**ara José Antonio Cano, director de Análisis y Consultoría de IDC Research España, hay muchos factores en los que podemos fijarnos para dar cuenta de la aceleración en la digitalización de las organizaciones (gasto de TI, grado de madurez digital, etc.) “pero sin duda alguna el aspecto más importante se da en la parte de cultura digital y en el uso de políticas de smart work así como de presencia digital”. En un momento en el que primaba la seguridad física de las personas, el proceso de WFH (Working From Home) y el establecimiento de soluciones de colaboración empresarial (que han sufrido incrementos de más de un 50% en el periodo de pandemia), han sido indicadores clave, porque impactan directamente en los trabajadores, y por tanto en los procesos y estructuras empresariales.

El progresivo desarrollo de la pandemia ha llevado a las organizaciones no solo a adaptar los procesos de negocio al ámbito digital, sino que han incorporado de manera progresiva tecnología con el objetivo de ser “más eficientes, productivas y responder al mercado de una forma más rápida y ágil, gracias a estas ganancias de productividad que se han alcanzado”.

De hecho, “desde IDC monitorizamos el mercado cada 15 días al objeto de analizar cómo está siendo el impacto de la Covid-19 en el mercado de TI de España. Una de las principales conclusiones que estamos viendo es que el 90% de las organizaciones planifican cambios en su estrategia de TI en el medio plazo acelerando la inversión en cloud, así como que las políticas de smart work adoptadas han venido para quedarse, una vez que la empresa empieza a estar preparada para la gestión de entornos híbridos (físicos y digitales) y la adopción de modelos TI flexibles que permiten adaptarse a cualquier casuística concreta”, explica Cano.

La firma Penteo tiene una visión coincidente, como constata Adrián López, Manager Digital Advisor: “Estamos viendo el incremento de proyectos de transformación en todo lo relacionado con digital workplace, infraestructuras (tanto a nivel de comunicaciones (pasar a modelos de comunicaciones unificadas en la nube como de transformación de los CPD), analytics y de establecer una organización con una cultura alrededor del dato para la correcta toma de decisiones”. Desde su punto de vista, hay que dar respuestas a las preguntas del negocio y aquí es donde entran en juego los modelos analíticos (“la analítica prescriptiva ganará presencia”) para esa ingeniería de

toma de decisiones y de ejecutarlas, y proyectos de ciberseguridad (“se ha puesto encima de la mesa que no se estaba suficientemente preparado a nivel de seguridad para este escenario de trabajo masivo en remoto y que faltaba establecer un plan director alrededor de la ciberseguridad”).

### ¿Cambio cultural o parche?

Una pregunta que sobrevuela nuestras cabezas es si esta situación va a ser provisional y luego habrá un retroceso al status anterior, o por el contrario va a suponer un salto cualitativo sin retorno. Para el experto de Penteo, “se ha producido un cambio cultural total”, apoyándose en el hecho de que en España hemos pasado de un 5% a un 35-40% en teletrabajo y de que muchas empresas están mostrando su compromiso para alternar los dos modelos de trabajo, y han visto con interés cómo pueden reducir de manera muy significativa la gestión de sus espacios de oficina. Adrián López comenta que “estamos viendo casos en los que parece que estos cambios han llegado para quedarse y ya se ha establecido un modelo 100% flexible de teletrabajo, limitando las reuniones virtuales a 45 minutos y dentro de un horario definido (entre las 10 y las 17h, por ejemplo). Además, combinándolo muy bien con la conciliación y la desconexión digital para, por ejemplo, a partir de las 19h no convocar reuniones ni contestar emails”.

En este punto, el aumento de las destrezas digitales de los trabajadores es un ingrediente significativo: “Claramente ha habido una aceleración en la digitalización de la cultura de las organizaciones, en la que los empleados han aprendido a desarrollar sus tareas en un entorno digital donde la virtualización y movilidad han sido claves para garantizar la correcta continuidad de negocio”, argumenta Cano de IDC.

Según sus datos, el 70% de las empresas, en vista de los beneficios alcanzados con la adopción de políticas de smart work, agilidad empresarial derivada de la adopción de tecnología que permita hacer frente a la continuidad de negocio y la interacción del cliente a través de medios digitales, adoptará de manera decidida y mayoritaria la incorporación de muchas de las actuaciones, iniciativas y prácticas implementadas como respuesta a la pandemia. “Por ello se habla de nueva normalidad y no vuelta al tradicional business as usual”, puntualiza Cano.

### Motores tecnológicos de la nueva etapa

Entre las tecnologías emergentes, el portavoz de Penteo destaca RPA, analítica avanzada y machine learning/IA. “y estas no solamente por sí

**Estamos viendo el incremento de proyectos de transformación en todo lo relacionado con digital workplace, infraestructuras y analytics**



## ¿ASUME UN NUEVO ROL EL CIO EN LA ERA POSTCOVID?

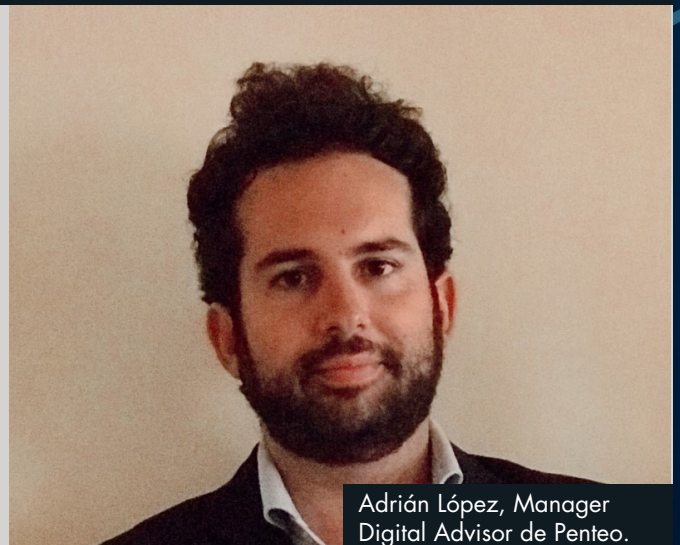
**UN DREAM TEAM DIGITAL.** Definitivamente sí. Requerirá que el CIO asuma tres dimensiones que hasta ahora dependen de más perfiles en la organización, por lo que desarrollar la habilidad de orquestar, dirigir e inspirar a un dream team digital compuesto por perfiles multidisciplinares (técnicos, financieros, etc.) será clave. La primera es la dimensión operacional, donde debe tener mucho control sobre la gestión del riesgo y la optimización de los procesos de negocio (y por tanto del control y reducción de costes). La segunda es la dimensión estratégica, convirtiéndose como decíamos en el orquestador digital de la transformación de la organización, liderando e impulsando la agilidad empresarial y habilitando nuevos productos y servicios. Y, por último, la dimensión que en IDC se denomina de la disrupción, convirtiéndose en el líder digital que haga posible la transformación de los modelos de negocio, que darán como resultado nuevos flujos de ingresos.



José Antonio Cano, Director de Análisis y Consultoría de IDC Research España.

## ¿ASUME UN NUEVO ROL EL CIO EN LA ERA POSTCOVID?

**SE AMPLIFICA SU VOZ.** Asume el que debería tener, pero ahora se ha amplificado su voz, y puede hablar a través de un megáfono. Sale reforzado y felicitado por su gestión de la crisis. Un CIO más innovador, facilitador con Negocio, el que aprieta para transformación. Un CIO, voz de la conciencia (su voz coge mayor autoridad y su figura ha cobrado el protagonismo que merece) el que va a decir que hay que innovar, que hay que alinear y actualizar el BCP, el que dice "esto redundémoslo por si acaso no vaya a ser; esto, ojo, no lo implementemos así que no es seguro (junto al CISO); esto pasado el temporal, ahora que ya no llueve y podemos salir del arca y tenemos paraguas, planteémoslo de este mejor modo definitivo para que no nos vuelva a pasar, etc.". Pues planifiquemos bien ya que le hemos visto las orejas al lobo. Y que todo este buen hacer desde Tecnología se pueda reflejar en un aumento de presupuestos TI para 2021 (ahora o nunca), y que TI deje de verse como gasto y sobre todo como un centro de coste externalizable.



Adrián López, Manager Digital Advisor de Penteo.

**Claramente ha habido una aceleración en la digitalización de la cultura de las organizaciones**

solas, sino que combinadas entre sí o con otras como con big data, con conceptos como el de los gemelos digitales, la hiperconectividad a través del IoT y haciendo uso de aplicativos en modalidad as a service, obtendremos una combinación muy potente. Todo esto, además, dará un empujón definitivo cuando el 5G (mínimo a partir del año que viene) se convierta en realidad".

Dentro de las tradicionales, digital workplace, cloud y herramientas colaborativas son sin duda el tridente del momento. Al respecto, IDC señala que cloud, virtualización y movilidad son las tres palabras que se asocian en estos momentos al escenario en que estamos. "La aceleración en el proceso de migración a cloud de las organizaciones

(por casuísticas diversas como control de costes, modelos de negocio, etc.), la movilidad que ha permitido el trabajo en remoto y la virtualización, que junto con cloud ayuda a la configuración prácticamente ad hoc del modelo de TI de las organizaciones, han sido los aceleradores como así lo demuestra la composición del gasto de TI de las empresas en este periodo de pandemia y en la actualidad", abunda José Antonio Cano.

### Giro copernicano

En cualquier caso, las empresas deben experimentar un cambio en su visión de afrontar el negocio en estas nuevas circunstancias. Ahora más que nunca el ecosistema es clave para poder



competir de manera diferencial en un escenario VUCA (de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad). “Hemos visto casos como el del servicio de correos de Holanda, que impulsó el comercio minorista en línea, integrando la cadena de valor con el ecosistema para facilitar la entrega de paquetes, o el de Sanofi y GSK, que se asocian para crear y suministrar cantidades suficientes de vacunas que ayudarán a detener el virus, creando nuevas capacidades del sistema”, ejemplifica el experto de IDC”. Asimismo, hemos asistido a un auge de nuevos modelos de negocio de los fabricantes de tecnología, tratando de adaptarse a todas las casuísticas del con-

sumidor y usuario final de una manera flexible. Esto conlleva a nuevos procesos corporativos donde, según Penteo, “los propios empleados y los clientes quieren disponer de la misma experiencia de usuario que tienen cuando acceden a su banco desde el móvil o cuando obtienen fácilmente el check-in y la tarjeta de embarque de su vuelo a la hora de relacionarse con los propios procesos de su compañía”. Esto aplica también a esos nuevos omnicanales a la hora de relacionarnos con nuestros clientes. Hasta el tendero de la esquina puede tener ese ecommerce accediendo a esos nuevos canales, “si no quiere salirse del mercado”, concluye Adrián López. ■

**Ahora más que nunca el ecosistema es clave para poder competir de manera diferencial en un escenario VUCA**

