

everis

an NTT DATA Company

# Larga vida al CIO

2020

A photograph of an industrial plant, likely a refinery or chemical processing facility. Two tall, cylindrical smokestacks are prominent on the left side, with white smoke rising from them. The rest of the image shows a complex of industrial structures, including distillation columns, piping, and scaffolding, set against a blue sky with large, white, fluffy clouds. The entire image has a light, semi-transparent overlay.

Daniel Suardiaz López:  
Director Industria  
[daniel.suardiaz.lopez@everis.com](mailto:daniel.suardiaz.lopez@everis.com)

Jesús Martínez Bielza  
Gerente Industria  
[jesus.martinez.bielza@everis.com](mailto:jesus.martinez.bielza@everis.com)

Miguel Ángel Mancheño Yustres  
Project leader Industria

Pablo Orensanz Zapatero  
Project Leader Industria

Juan D'Anjou Villalvilla  
Project Leader Industria

**everis**  
Larga vida al CIO  
Mayo 2020

# Índice

Introducción	4
1. Contexto	6
2. ¿Qué está haciendo el CIO ante la crisis?	10
2.1 Resolviendo el ahora	11
2.2 Lecciones aprendidas tras el covid-19	16
2.3 Preparando el mañana	18
3. El empoderamiento del CIO tras el covid-19	22
3.1 Estrategia	23
3.2 Innovación	24
3.3 Conocimiento del negocio y liderazgo	25
4. Conclusiones	28



## Alonso Fernández

**Socio Responsable**

Global Industria

El mundo se está enfrentado a uno de los retos más grandes de los últimos años: una crisis sanitaria a nivel global con impacto a todos los niveles (social, económico, político, etc.) que hace que el sector empresarial se encuentre ante una situación a la que nunca antes se había enfrentado.

Más allá de los efectos inmediatos o de la incertidumbre ante el paradigma económico que nos encontraremos tras el estado de alerta, vamos a analizar qué medidas están llevando a cabo las empresas para dar continuidad al negocio y quién está liderando la lucha: analizamos aquí el papel protagonista del CIO en las compañías.

En este paper hemos querido contar la opinión y el punto de vista de una muestra de CIOs (24) de compañías en distintos sectores como gran consumo, manufacturing, pharma, retail o real state sobre el impacto que ha tenido en sus compañías, el rol que ha desempeñado y su visión de futuro.



01

Contexto

# 01

## Contexto

---

La crisis del coronavirus está suponiendo un terremoto en el que todos los países están tomando medidas de uno u otro tipo para proteger a la ciudadanía. **El efecto inmediato ha sido demoledor** haciendo que todos los sectores económicos se hayan visto perjudicados. Las medidas adoptadas para frenar el rápido avance de la enfermedad tales como el confinamiento social o el cierre fronterizo, se han traducido en centros de producción parados, comercios cerrados y una logística y un mercado de exportaciones restringido.



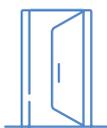
Aquellos países que no se vieron afectados por las primeras ondas del seísmo sufrieron las **consecuencias de participar en una economía global**, viendo cómo sus cadenas de producción se veían afectadas por la dependencia de países como China o Corea del Sur.



Parece evidente que no estábamos preparados para el terremoto pero la sombra de lo que se avecina no es mucho más alentadora: el Fondo Monetario Internacional (FMI) cree que se podría tener una situación global similar a la de la crisis financiera de 2008.



La situación de parón económico podría llevar a muchos países a una **situación de recesión**, disparando las cifras de paro, déficit y deuda pública. En el caso particular de España, se estima que lo que iba a ser un crecimiento del PIB tornará a ser una reducción considerable del mismo.



En cualquier caso, existe una puerta abierta a la esperanza y se vaticina una rápida recuperación en 2021 supeditada al control de la pandemia. El visible esfuerzo y disposición a actuar de Gobiernos y de Bancos Centrales a nivel global apunta a una rápida recuperación económica en los próximos años.



Aquellas compañías que abrazaron en su día la transformación digital y que presentan un mayor nivel de madurez en este sentido son las que **menos han sufrido el impacto de la crisis** gracias a contar con elementos ya instaurados como la automatización de procesos, el establecimiento de canales digitales o los mecanismos de monitorización del negocio.



Pero más allá de esto, algunas empresas han tomado las decisiones adecuadas y han sabido solventar los problemas y limitaciones derivadas tanto de la enfermedad en sí como de las medidas para combatirla.



La percepción y valoración de los CIOs que han participado de este estudio en relación al nivel de preparación de su compañía frente a la crisis es bastante positiva, ya que la mayoría se sitúan en niveles medios-altos.

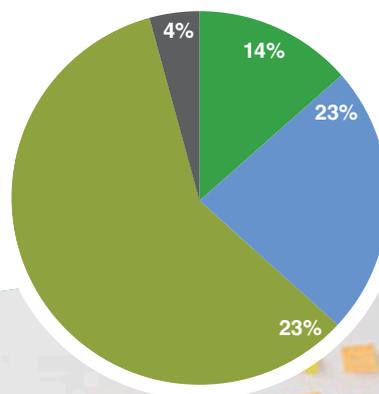
Madurez digital y acciones efectivas durante la crisis: dos factores decisivos para la salud de la empresa tras los que **se encuentra la figura del CIO**, responsable de la resiliencia de los sistemas de TI que dan soporte al negocio, líder del proceso de transformación digital de la compañía y figura estratégica que en estos momentos está aplicando las medidas de contingencia necesarias. Como comenta uno de los CIOs que han participado del estudio *“El CIO es el facilitador de los mecanismos tecnológicos que permiten seguir con la actividad de departamentos no relacionados con trabajos que requieran presencia física en su ejecución”*.

Para Vijay Gurbaxani, director del Centro para la Transformación Digital de la Universidad de California el **papel del CIO se ha vuelto crucial** para las estrategias de contingencia porque la tecnología interviene en casi todas las interacciones del negocio en estos días.

**El presente y el futuro de muchas empresas dependen de las decisiones que tomó su CIO en el pasado y de las acciones que está llevando a cabo ahora mismo.**

### Percepción de la preparación de las compañías frente a la crisis

-  Muy poco preparada
-  Poco preparada
-  Preparada
-  Bastante Preparada







02

¿Qué está  
haciendo el CIO  
ante la crisis?

# 02

## ¿Qué está haciendo el CIO ante la crisis?

El CIO eficiente trata, **no sólo de sobrevivir a la pandemia, sino de evolucionar más allá de esta**, “liderar y ser referencia en las herramientas y procedimientos a emplear”. Si bien es vital acometer tareas de contingencia para garantizar las actividades críticas de la organización durante la crisis sanitaria, es igualmente importante mejorar la resiliencia del negocio aplicando las medidas necesarias para reducir los riesgos ante futuras amenazas ya sean nuevas pandemias, ciberataques o desastres naturales.

David Gregory, experto en gestión de riesgos y seguridad de Gartner recomienda incorporar medidas orientadas a mejorar la resiliencia y que estén alineadas con la estrategia de cada compañía, habilitando actividades críticas en el plazo inmediato e incorporando planes de acción estratégicos a largo plazo.

Las compañías que aprovechen esta crisis para continuar impulsando su transformación digital, tomando medidas enfocadas al corto plazo y sin perder el rumbo del medio y largo plazo estarán dando pasos importantes de cara a liderar el entorno competitivo posterior al covid-19.

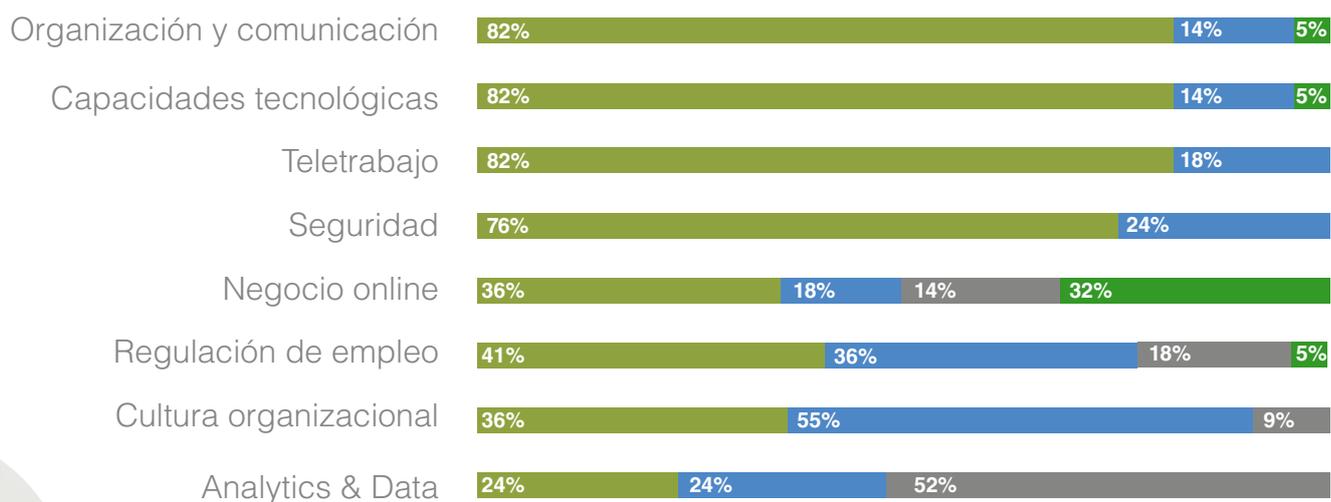


## 2.1 Resolviendo el ahora

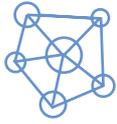
El foco prioritario en la **primera fase ha sido para los CIOs la supervivencia de la actividad**, centrados en aspectos relevantes como dotar de las infraestructuras y soluciones necesarias para mantener la actividad: teletrabajo, sistemas y redes entre otros.

Como resultado del análisis realizado se observa que existen ejes que han jugado un papel claramente relevante en las primeras fases de la crisis sanitaria de cara a favorecer la resiliencia y reducir el impacto de la crisis, frente a otros factores que han tenido menor relevancia.

### Factores e importancia en la resiliencia frente a la crisis



 Muy relevante
  Relevante
  Poco relevante
  No aplica



- **Organización y comunicación:** Ante las ausencias derivadas del contagio, el plan de contingencia debe recoger un plan de **sucesión al mando** para aquellos roles críticos tanto por la continuidad del negocio como por la gestión de la crisis.

De la misma manera, **asegurar y reforzar los canales de comunicación necesarios** es fundamental. Se hace necesario incorporar servicios de mensajería instantánea, VoIP, videoconferencia donde haya que sustituir los canales tradicionales.

Igualmente relevante es disponer de **puntos únicos de referencia de información clara y veraz** que transmitan transparencia y confianza.

Una amplia mayoría de los CIOs contactados valoran como Muy relevante la organización y comunicación interna frente a la crisis, coincidiendo en destacarlo como el factor más relevante para afrontar las primeras fases de la crisis.



- **Capacidades tecnológicas:** Dotar a la compañía de herramientas para facilitar el trabajo ordinario de la organización con las mínimas restricciones, impulsar rápidamente iniciativas sencillas de digitalización “**quick wins**”, que no estuviesen ya abordadas, pensando siempre en el **equilibrio entre agilidad y seguridad** para todos los usuarios y ayudar a los negocios a **sortear las incertidumbres** tecnológicas que conlleva este periodo de crisis son factores clave comentado por los entrevistados. El move to cloud se convierte en un factor clave de la estrategia, junto a dotar de la infraestructura necesaria a la compañía.



- **Teletrabajo:** El estado de confinamiento al que está sometida la sociedad hoy requiere de mecanismos que permitan a los empleados el desempeño de su trabajo desde casa como la distribución de equipos portátiles, el acceso remoto a escritorios virtuales (VDIs) o la habilitación del acceso a los sistemas corporativos por VPN.

Y no solo se trata de un reto tecnológico, es también relevante el peso en cultura de teletrabajo en la compañía y de gestión y adopción por parte de los empleados.

Para más de tres cuartas partes de los CIOs contactados es un factor Muy destacado de cara a favorecer la resiliencia y reducir el impacto de la crisis.



- **Seguridad:** La necesidad de tomar medidas que garanticen e incrementen la seguridad de los sistemas y las conexiones es un factor muy relevante para la gran mayoría.

Juega un papel clave en relación a medidas de teletrabajo y conectividad. Se han de identificar todas las posibles vulnerabilidades y asegurar los canales de comunicación y las políticas de seguridad con medidas como la autenticación multi-factor.



- **Negocio online:** La posibilidad de desarrollo del negocio online garantiza la continuidad en un momento en el que no es posible la interacción física. Aquellas compañías que pueden desarrollar su negocio online tiene mayor capacidad de resiliencia ante crisis de este tipo. En aquellos casos que aplica el negocio online es un factor muy relevante.

En aquellos casos en los que no existe una posibilidad clara de trasladar el negocio online es interesante identificar áreas del proceso que podrían ser digitalizados o virtualizados como medida para poder paliar las restricciones impuestas en el contexto de la crisis. En caso de procesos físicos como por ejemplo la visita comercial, soluciones como la firma digital ha sido de gran valor para poder dar continuidad a parte del proceso.





• **Regulación de empleo:** Hay empresas que se han visto obligadas a clausurar sus tiendas o arrastradas por el cierre de sus clientes. Los mecanismos de regulación de empleo, temporales o definitivos, son herramientas con las que están contando las compañías para garantizar su viabilidad futura. Para casi la mitad de los entrevistados es un factor muy relevante que está permitiendo la continuidad del negocio en este contexto de crisis.



• **Cultura organizacional:** Se percibe como un factor bastante relevante. Con el fin de identificar, priorizar y solucionar los problemas derivados de la crisis sanitaria se requiere de un comité de crisis dedicado que garantice la continuidad del Negocio con las gestiones oportunas en el ámbito tecnológico capaz de tomar decisiones ágiles y comunicarlas a la organización de una manera clara y transparente. “[...] ha sido un punto crítico para nosotros la comunicación a todos los niveles de la organización desde el comité de seguimiento”.



• **Analytics & data:** No se considera en el top de prioridades, al menos como remarcan, en las primeras fases de desarrollo de la crisis. Aunque en estas primeras fases las medidas tomadas hayan sido orientadas a garantizar la continuidad del negocio es vital monitorizar las métricas necesarias para garantizar que los procesos, servicios y sistemas críticos están levantados y funcionando dentro de los niveles necesarios. Implementar dashboards para el seguimiento a distintos niveles (sistemas, aplicaciones, servicios, procesos...) y un sistema de alertas basado en eventos críticos facilita la supervisión del negocio.



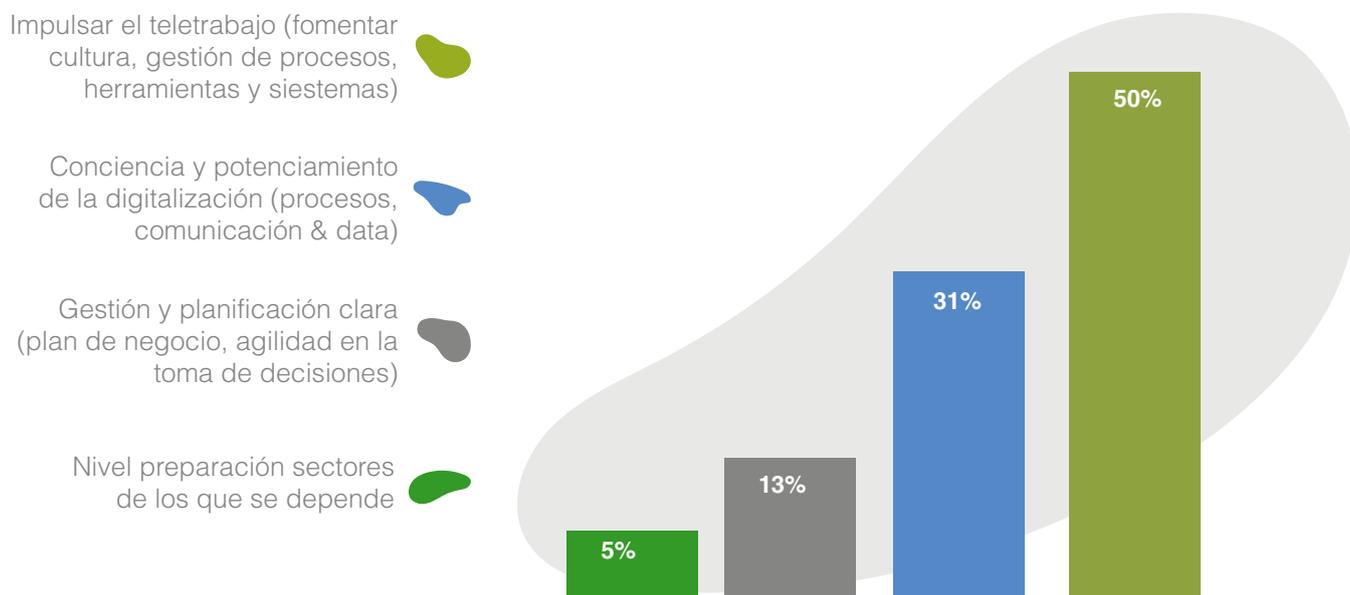


## 2.2 Lecciones aprendidas tras el covid-19

En la reflexión sobre las lecciones aprendidas tras este periodo de crisis vivido en las últimas semanas se invita a la “[...] *consideración de las lecciones aprendidas y nuevas oportunidades que han surgido de esta crisis, y definir un plan que permita su explotación en el corto/medio plazo (evitando que caiga todo en el olvido)*”.

Se destaca fundamentalmente que habría sido crítico haber reforzado el **impulso del teletrabajo** tanto a nivel de sistemas como de cultura dentro de la organización respondido por casi la mitad de los CIOs contactados, **concienciación y potenciado la digitalización y la gestión y planificación clara de la crisis**.

### Medidas que deberían haberse tomado en el pasado

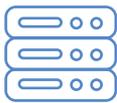




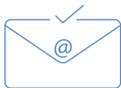
Durante la crisis el CIO ha adoptado soluciones tácticas de contingencia, pero es evidente que esta situación propiciará una serie de **decisiones estratégicas orientadas a minimizar el impacto negativo** que otra situación similar pueda provocar.



- **Teletrabajo:** La crisis del covid-19 ha servido como una PoC para muchas empresas que no habían realizado **algún ejercicio en el ámbito del teletrabajo** a una escala como la que se han visto obligadas a tener en la actualidad. Es de esperar que para aquellas empresas que hayan superado la prueba, esto sirva para que potencien el teletrabajo o pasen a adoptarlo como algo más habitual teniendo en cuenta los beneficios adicionales que aporta (reducción de costes, gestión eficiente del tiempo, reducción de la contaminación, descongestión del tráfico, descentralización urbana, conciliación familiar, mejora en la calidad de vida).



- **Infraestructuras:** La crisis del covid-19 ha demostrado que aquellas empresas que tenían sus sistemas **de TI en infraestructuras resilientes** han sufrido en menor medida sus efectos. El impacto simultáneo en múltiples puntos del planeta lleva a plantearse mover a la nube (en alta disponibilidad multizona) todos aquellos sistemas críticos que a día de hoy estén on-premise y cuyo mantenimiento y funcionamiento no está garantizado frente a incidencias de este tipo. Prueba de fuego para mejorar la resiliencia de los sistemas a todos los niveles, comunicaciones, seguridad, carga...



- **Canales:** Ha servido para identificar qué canales es necesario cubrir de forma telemática, si no como algo habitual a modo de fallback, especialmente con los empleados, los clientes, los partners y todos los grupos de interés que sean vitales para el negocio.

- **Monitorización y control:** Una situación de confinamiento como esta obliga en diseñar sistemas que garanticen que todos los pasos de la cadena de producción cuentan con sistemas de monitorización y control a distancia.

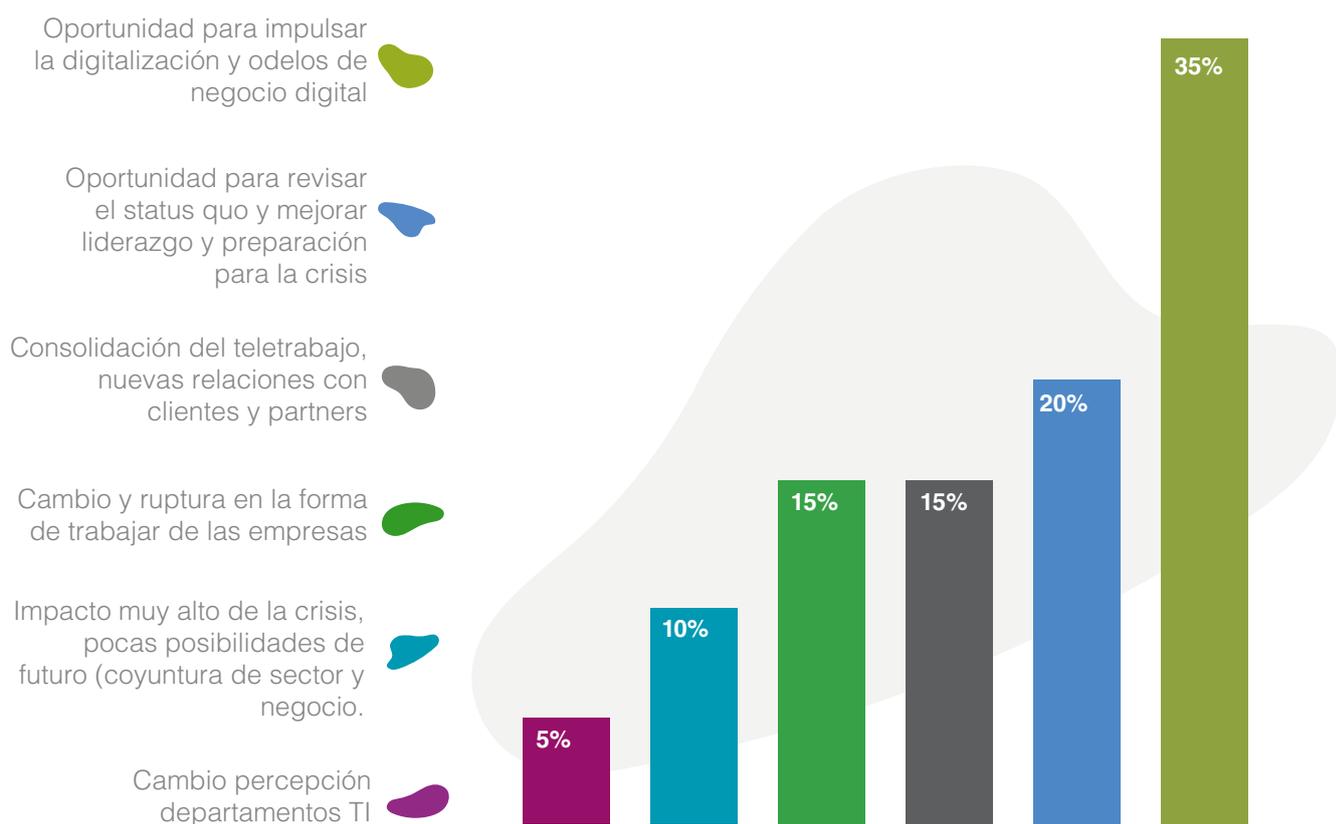


Ante la posibilidad de una crisis sanitaria similar se planteará la incorporación de sistemas de control sanitario (cámaras térmicas), entornos esterilizados, accesos con zonas de descontaminación, equipos de desinfección/esterilización integrados en los sistemas de monitorización y control de las instalaciones de trabajo.

## 2.3 Preparando el mañana

De cara potenciar en su estrategia de futuro existen varias líneas con gran potencial de desarrollo para los CIOs frente a posibles nuevas situaciones como la actual. Consolidada una primera fase centrada en la continuidad de la actividad, el CIO se plantea que oportunidades de futuro surgirán después de la crisis y como impactarán a sus compañías.

### Oportunidades surgidas en la crisis





• **Digitalización y negocio digital:** Aplicar de forma efectiva la transformación digital en la empresa permitirá reducir el impacto de una crisis futura, incorporando la tecnología en los puntos que se han evidenciado como críticos en la crisis actual: Iniciativas transformacionales, iniciativas relacionadas con data driven y digitalización de la cadena de valor.



Este proceso de transformación debe abordarse desde una perspectiva estratégica ser parte de una visión global y convivir con las iniciativas concretas que se puedan desarrollar con un alcance más táctico: “En la priorización de los proyectos de cara a optimizar unos recursos más escasos, permitiendo una salida lo más rápida posible y sin abandonar los proyectos estratégicos que ayuden a fortalecer la compañía”.

La consolidación del negocio online como pieza clave en la transformación digital. Sectores inicialmente con mucho peso en canales físicos han demostrado el potencial de la digitalización en sus modelos de negocio: “Es el momento en que la transformación digital ha mostrado que no era solo palabras, solo hay que ver que ha pasado con las cadenas de supermercados que no apostaron por el online”. Y no sólo estamos ante un cambio en el que el negocio se digitaliza, sino que surge la oportunidad de crear nuevos negocios, pure players digitales, nacidos de una crisis en la que la tecnología ha abierto un nuevo camino, se han derribado mitos y prejuicios y se han abierto nuevos canales de interacción entre los distintos actores, organizaciones, empleados, clientes, partners,...



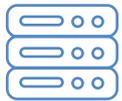
• **Consolidación del teletrabajo, nuevas relaciones con cliente y partners:** Un espacio de trabajo con procesos de gestión documental y de contenidos realmente digitales, dando respuesta a la realidad no sólo del teletrabajo sino de la ubicuidad del mismo.



• **Consolidar el trabajo en remoto y virtualizar interacciones físicas** en la medida de lo posible es un factor clave en las tareas de las compañías para el día de mañana: “Consolidar el teletrabajo y la telepresencia, convirtiéndolas en parte del día a día”.



En circunstancias de adversidad generalizada como la que sufrimos actualmente es cuando las compañías ponen más en valor las iniciativas orientadas a reforzar el **customer engagement**. Este escenario va a suponer muchas oportunidades sobre todo en la digitalización de procesos y formas de trabajo, tanto internamente en las organizaciones como en las relaciones con clientes y proveedores. Más allá de llevar a contextos virtuales las interacciones físicas y procesos actuales, el cambio de paradigma ofrece la oportunidad de establecer nuevas redes y conexiones en el ecosistema de stakeholders, cambiando enteramente la cadena de valor de un sector. Aquellas organizaciones que abracen los **nuevos modelos de colaboración**, liderarán como consorcios sus sectores.



No hay que olvidar que esta crisis tiene un componente principalmente humano y que al miedo al propio virus se añade el derivado de la situación de incertidumbre social y económica: “Cliente, Producto, Calidad, Servicio. Creo que va a ser más importante aumentar / recuperar ventas, más que ser eficientes”.

La transparencia en las decisiones, las medidas dirigidas a mantener la motivación de los empleados y transmitir confianza son un factor clave en la superación de la crisis.

Incorporar **capacidades de self-service** para clientes y empleados, clientes y socios puedan acceder a servicios e información de forma autónoma, reforzando los procesos no físicos.

- **Cambio en procesos de las compañías apoyado por la tecnología:**

Potenciar la automatización de los procesos de Negocio, los de soporte al Negocio y en general cualquier actividad que sirva para garantizar la continuidad del mismo. Y no sólo se plantea la posibilidad de automatizar y digitalizar procesos. Surgido de la crisis ofrece la oportunidad de un cambio de paradigma, repensando los procesos y plantearlos como un modelo enjambre en lugar de procesos lineales tradicionales (input – function – output) apoyados en game changers como inteligencia artificial, robotización o IoT.



- **Migrar a la nube** (XaaS) los sistemas que actualmente se hayan on-premise para obtener una alta disponibilidad a la vez que una forma de gestión remota: “Estrategia Cloud. Seguridad. Colaboración. BigData”.

De la misma manera sistemas cloud permiten reforzar el teletrabajo y la conectividad en remoto con clientes y stakeholders.

- **Definir una estrategia para el análisis de datos de las operaciones** y una infraestructura que permita monitorizar aquellos KPIs necesarios para hacer el seguimiento del negocio y para tomar las decisiones adecuadas en cada momento: “*Un auténtico gobierno del dato para lograr el análisis y la obtención de información de auténtico valor para el negocio*”.

03

**El empoderamiento  
del CIO tras  
el covid-19**

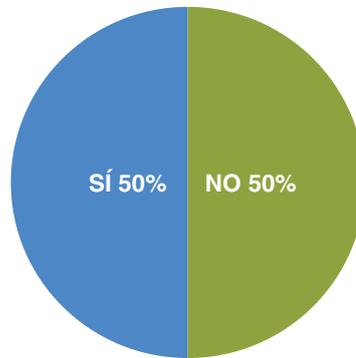


# 03

## El empoderamiento del CIO tras el covid-19

La figura del CIO siempre ha sido clave en aquellas empresas en las que el peso de la Tecnología es relevante. La mitad de los CIOs participantes declaran están representados en el comité de dirección de sus compañías.

### Participación del CIO en el comité de dirección



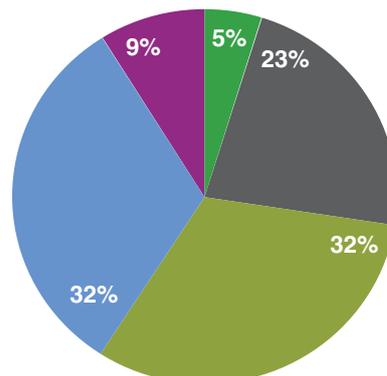
Históricamente la figura del CIO se correspondía con la del responsable de los sistemas de IT y sus funciones se limitaban a garantizar el correcto funcionamiento de los mismos: “Se ve al CIO sólo como un servicio cuando puede dar mucho más.”

Pero a medida que la tecnología y los datos han ido constituyendo un papel más importante en el mundo empresarial y el negocio ha pasado a depender de estos sistemas, el CIO ha ido asumiendo mayor responsabilidad y se le ha ido dando más voz en las decisiones estratégicas de la compañía.

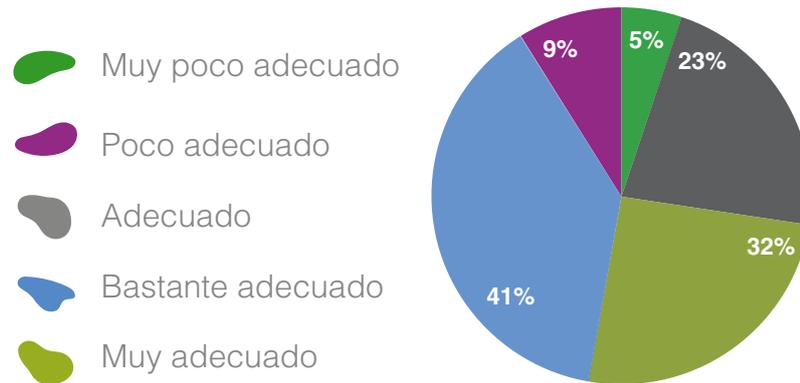
Para la gran mayoría el peso de las decisiones de un CIO a nivel estratégico tiene un peso adecuado o relevante, mientras que para un tercio restante tienen un peso menor.

### Peso del CIO en las decisiones estratégicas

- Muy poco peso
- Poco peso
- Peso medio
- Mucho peso
- Peso relevante



## En su caso particular, es adecuado el peso del CIO en las decisiones estratégicas



### 3.1 Estrategia

El trance que ha supuesto la pandemia provocará que todas las empresas incorporen en su estrategia **iniciativas destinadas a mejorar su capacidad de resistencia y redefinir el statu quo** ante posibles incidentes similares en un futuro: “Revisión de verdades absolutas”.

La definición de la estrategia tecnológica de la empresa recae sobre el CIO, que una vez más se convierte en el **protagonista y principal responsable de evolucionar la infraestructura IT**, una infraestructura de la que, cada vez más, depende la continuidad del negocio, en la visión de los entrevistados:

“Agente de cambio, puesto que la tecnología adquiere un peso muy importante en la transformación que necesitan las organizaciones”.

“La tecnología es, y será cada vez más, clave en el éxito de las compañías desde todos los puntos de vista: Productos, servicios, competitividad... y por tanto la figura del CIO debe tener una importancia en la compañía en consonancia con la de la tecnología”.

**La figura del CIO se ha visto consolidada y reforzada tras la dura prueba que ha supuesto la crisis** pandémica, como un rol cada vez más importante tanto por su criticidad como por su importancia estratégica: “Cambio de percepción, a mejor, de las aportaciones de los departamentos TIC”, “A medida que la compañía aumente su nivel de madurez tecnológica, el peso del CIO será cada vez más relevante tanto en el día a día, como en la toma de decisiones estratégicas.”

El CIO se ha convertido por mérito propio en un **líder natural** del mundo empresarial tras la transformación digital: “*El CIO debe desempeñar de una manera aún más notable que en situaciones ordinarias el papel de orquestador, gestionando adecuadamente la coordinación y comunicación de las medidas técnicas y organizacionales derivadas de una situación de contingencia tan inesperada en alcance como duración.*”

### 3.2 Innovación

**La transformación digital de una compañía ha demostrado ser un elemento diferenciador** en una crisis como la actual y ha servido como elemento de medida para el nivel de madurez tecnológico de las empresas, evidenciando deficiencias y puntos de mejora en un escenario real. Ese nivel de preparación tecnológica ha sido a su vez, un indicador para evaluar cómo ha sido el desempeño del CIO hasta la fecha.

En un mercado de alto nivel competitivo, **la innovación condiciona la estrategia y la tecnología condiciona la innovación.** No incorporar la innovación como elemento estratégico implica quedar descolgado frente a la competencia. Es este componente estratégico el que contribuye a que el antiguo responsable de sistemas se convierta en la figura de CIO actual, con un peso importante dentro del comité de dirección.

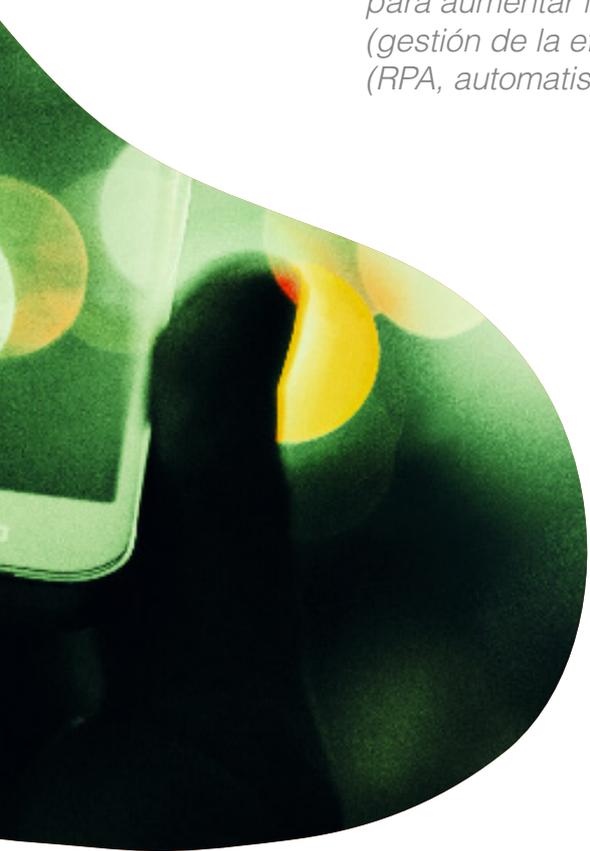


### 3.3 Conocimiento del negocio y Liderazgo

Abordar una crisis con garantías de éxito implica grandes dosis de liderazgo. Es necesario tomar las riendas de la situación y acometer las acciones de contingencia necesarias para minimizar el impacto en el negocio. Además de esto, junto con **el CEO, el CIO es la única figura que tiene una visión transversal de los procesos de la compañía** y esa visión ha resultado fundamental para aplicar las medidas adecuadas allá donde era necesario: *“El CIO debe jugar un papel relevante en las iniciativas que transforman/evolucionan el modelo de negocio y en las iniciativas relacionadas con crear pasarelas de colaboración avanzadas con los clientes”*.

Sólo desde un profundo conocimiento del negocio y el total entendimiento de la cadena de valor el CIO es capaz de plantear las soluciones tecnológicas óptimas. Por otro lado, el CIO es el principal responsable de la transformación digital y la clave de ésta no es tecnológica: implica la transformación del mindset de la compañía y esto requiere sobre todo liderazgo.

**Estas dos cualidades clave a las que todo CIO debería aspirar más allá de una fuerte base tecnológica: conocimiento del negocio y liderazgo**, convierten en algo natural el hecho de que el CIO evolucione a CEO en aquellas empresas principalmente tecnológicas: *“El CIO tiene que aportar su conocimiento cross y de las tecnologías tanto para aumentar las ventas (e.g. canales online), mejorar el gross margin (gestión de la eficiencia promocional) y mejorar la eficiencia operativa (RPA, automatismos en fábricas, gestión de rutas, etc.)”*.







Commonwealth Bank

04

Conclusiones

ONE WAY  
←

wealthBan

133

Campos

# 04

## Conclusiones

---

La crisis del coronavirus ha traído consigo una gran cantidad de retos para los cuales la percepción de los CIOs participantes en este análisis es de haber estado en su mayoría preparados. Existe también alineamiento en la opinión de abordar la recuperación de manera faseada, y no mirando solo el sobrevivir a la epidemia, sino dando pasos hacia el nuevo escenario futuro:

- **Fase 1 -Supervivencia de la actividad:** dotar de infraestructuras y soluciones para asegurar la continuidad del negocio. Destacando la Organización y comunicación”, las Capacidades tecnológicas, la habilitación del Teletrabajo y la garantía de la Seguridad.
- **Fase 2 - Reflexión sobre las lecciones aprendidas:** momento de mirar atrás, reconociendo aquellas medidas que habrían logrado afrontar de mejor manera esta crisis, de manera que se puedan corregir ante posibles escenarios futuros.

Destacan entre estas medidas el impulso del teletrabajo: cultura, herramientas, automatización de procesos, etc. y, por otro lado, el nivel de madurez digital. Es aquí también donde el dato y la analítica empiezan a jugar un papel más importante de cara a la obtención de insights que permitan medir, aprender y mejorar.

- **Fase 3 - Preparación del mañana:** resultado positivo de toda esta situación es que, como de casi todos los problemas o retos, surgen oportunidades. Es en esta fase cuando merece la pena abrazarlas y mirar hacia el futuro con optimismo y foco claro en aquello que puede impulsar el negocio (como la digitalización y la consolidación del teletrabajo entre otros) o estar más preparado de cara a futuras crisis. Aquellas empresas que entiendan que son parte de un ecosistema serán más resilientes en la medida que más interactúen con el resto de agentes y mayor valor aporten. Para conseguir estos objetivos el propósito y determinación son claves, pero el liderazgo tecnológico es condición sine qua non.

Como ya hemos comentado, la figura del CIO se ha visto consolidada y reforzada tras la dura prueba que ha supuesto la crisis y en un mercado de alto nivel competitivo donde la innovación juega un papel fundamental, la tecnología es una de las mayores fuentes de inspiración en el diseño de la estrategia del futuro de las compañías. Además las aspiraciones del CIO a partir de ahora deben ir orientadas hacia un mayor grado de conocimiento del negocio y su capacidad de liderazgo.

everis

an NTT DATA Company

Commonwealth Bank

ONE WAY  
←

Commonwealth Bank

133

Sports

