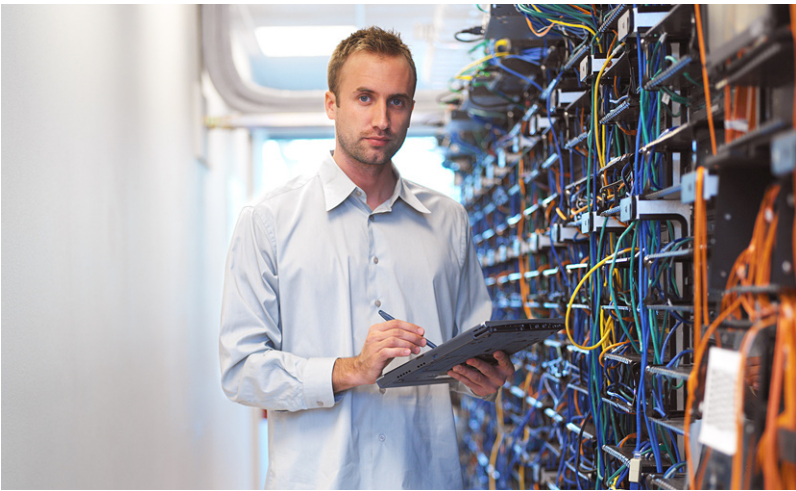


La función del CIO para hacer posible la innovación

Los líderes de TI pueden impulsar el crecimiento y la innovación mediante tres herramientas estratégicas.

Por **Rebecca Jacoby, Directora General de Informática de Cisco**



Hoy en día, existe un amplio consenso en el mundo de los negocios en cuanto a que la tecnología es indispensable para impulsar la eficiencia operativa. Las principales organizaciones reconocen que la implementación estratégica de tecnología es fundamental a la hora de generar prácticamente todas las oportunidades de crecimiento empresarial, en particular las impulsadas por la innovación.

La función de los CIO, y las organizaciones que dirigen, consiste en servir de “aglutinante” estratégico entre la estrategia comercial de la empresa y la arquitectura tecnológica que la hace posible.

Las organizaciones de TI que comprenden y se comunican en términos de la estrategia comercial propondrán e implementarán estrategias técnicas que generan oportunidades sin precedentes de innovación de procesos, productos y servicios.

Gracias a la amplia gama de nuevas tecnologías de colaboración, combinadas con las funciones en expansión de la red, las posibilidades de innovación a escala mundial son infinitas. Ciertamente, todo CIO mantiene la responsabilidad de mejorar la productividad de las operaciones y garantizar la flexibilidad empresarial. A su vez debe ocuparse de la operación y mejora de sistemas antiguos.

Son tres las herramientas estratégicas que ofrecen el marco para que los CIO puedan hacer realidad la innovación hoy:

- Liderar con —no resistir— las nuevas herramientas y los nuevos procesos de colaboración que estimulan la innovación en la empresa y con partners de confianza.

- Crear una arquitectura de TI flexible, segura y escalable que agiliza continuamente la disponibilidad de recursos valiosos para el negocio.
- Posicionar a la organización de TI para que entregue un valor cuantificable (además de eficiencia) en todos los niveles: productividad, experiencia y crecimiento.

Adopción de tecnologías de colaboración

Las tecnologías de colaboración que se ofrecen hoy en día han tenido una gran aceptación fuera de la empresa, sin perjuicio de que son sumamente importantes para su uso en el ámbito comercial. Estas tecnologías hacen posible la innovación que impulsará el crecimiento en la próxima década a escala mundial.

Desde el punto de vista del CIO, las tecnologías de colaboración ponen en tela de juicio los criterios tradicionales de gestión. Estas tecnologías estimulan una amplia participación para resolver problemas y generar ideas, y son relativamente sencillas para comenzar a utilizarlas. El control rígido será infructuoso. Por otra parte, para aprovechar al máximo estas herramientas en la empresa, es necesario contar con escalabilidad y centrarse en los resultados.

Los CIO se encuentran en una posición singular para liderar, en lugar de controlar, la implementación estratégica de las tecnologías emergentes de colaboración basadas en la Web 2.0 en la empresa. Esta transformación exigirá cambiar algo más que la tecnología; también será necesario promover el cambio en las culturas y los enfoques de liderazgo. La organización de TI puede liderar estimulando una amplia participación para resolver estos problemas y ofrecer la estructura necesaria para garantizar la escalabilidad y el enfoque.

(Continúa en la página siguiente)



Rebecca Jacoby, Directora General de Informática, posee más de 12 años de experiencia en Cisco y se ha desempeñado en diversas operaciones y funciones de liderazgo de TI. Tiene la responsabilidad de convertir a la organización de TI de Cisco en un partner comercial estratégico y de generar valor de negocio para Cisco en términos de rendimiento financiero, satisfacción y fidelidad del cliente, participación de mercado y productividad.

Diseño de la arquitectura

Todo CIO puede percibir el impulso del cambio ya que el uso de las herramientas Web 2.0 por parte de los consumidores aumenta las expectativas de flexibilidad y personalización. Ante las tendencias mundiales de crecimiento y disponibilidad de talentos en los mercados emergentes, es indispensable contar con la tecnología habilitante. Sin embargo, siguen aumentando las necesidades de escalabilidad y seguridad, así como las obligaciones emergentes de la normativa vigente, por lo que surgen fuerzas aparentemente opuestas en el entorno empresarial.

Para satisfacer con éxito todas las necesidades de la empresa, es necesario contar con una estructura de TI “deliberadamente pensada” que funcione de manera transparente con la arquitectura comercial a fin de impulsar la productividad, el crecimiento y la innovación.

Hoy en día, y en el futuro, la red es la plataforma en la que administramos los principales contenidos y procesos de negocios de nuestras compañías. La red nos permitirá sacar provecho de una auténtica arquitectura orientada a servicios, que organizará los servicios principales que residen en nuestra propia red, así como los servicios a los que decidamos acceder desde las empresas de nuestros partners, tal vez en un modelo comercial basado en el software como servicio.

El verdadero poder derivará de las tecnologías de colaboración implementadas a nivel empresarial, que permiten a las comunidades de usuarios trabajar de la forma personalizada que deseen.

Creación de valor agregado para la empresa

La alineación de la arquitectura tecnológica con la estrategia comercial y el liderazgo en las tecnologías de colaboración para hacer posible el crecimiento y la innovación definirá a la organización de TI como centro de valor agregado en cualquier empresa. Al colocar a la organización de TI como centro de valor agregado en lugar del tradicional centro de costos en la mente de los ejecutivos, además de la propia organización de TI, es imprescindible alentar la inversión que permite el crecimiento y la innovación sostenibles. La organización de TI debe convertirse en la fuerza sincronizadora entre los “roadmaps” tecnológicos y las estrategias que los hacen realidad, y esto supone desarrollar nuevas habilidades de comunicación en muchas organizaciones.

Para hacer posible las estrategias comerciales, es preciso que la organización de TI funcione y se comunique eficazmente en todos los aspectos de gestión de una empresa. En primer lugar, la organización de TI debe medir su éxito en términos de los logros de sus iniciativas para sustentar la funcionalidad operativa de la empresa, así como incorporar la productividad sostenible y la flexibilidad en procesos tan fundamentales como pedidos, envíos y facturación. Éste sigue siendo el precio de admisión de una función de TI exitosa, aunque no basta.

La organización de TI debe ofrecer constantemente recursos comerciales para acompañar el crecimiento o sustentar nuevos modelos comerciales en plazos más breves y con experiencias mejoradas. En definitiva, los líderes de TI deben priorizar el trabajo y comunicar su avance en términos de las estrategias de crecimiento de la compañía. Gracias a la tecnología de que disponemos hoy, éste es el momento oportuno para que la organización de TI impulse la transformación de la visión del presupuesto centrado principalmente en la eficiencia operativa a la de un presupuesto asignado por partes iguales a operaciones, nuevos recursos e inversión en el crecimiento y la innovación.

En consecuencia, la innovación de la empresa exige a los CIO que utilicen tres herramientas estratégicas: adoptar y liderar la transformación empresarial habilitada por las tecnologías de colaboración; planificar e implementar una arquitectura renovable que hace posible la personalización y la escalabilidad segura según la estrategia comercial; y posicionar a la organización de TI como el centro de valor agregado que puede ser en la empresa. Cuando se trata de innovación, serán estas herramientas las que distinguirán a los CIO exitosos en los próximos años.

