



Libro electrónico

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Contenido

Prólogo

- Graeme Thompson, vicepresidente sénior y director de información (CIO) de Informatica 3

Introducción 4

Ser la piedra angular de la colaboración 5

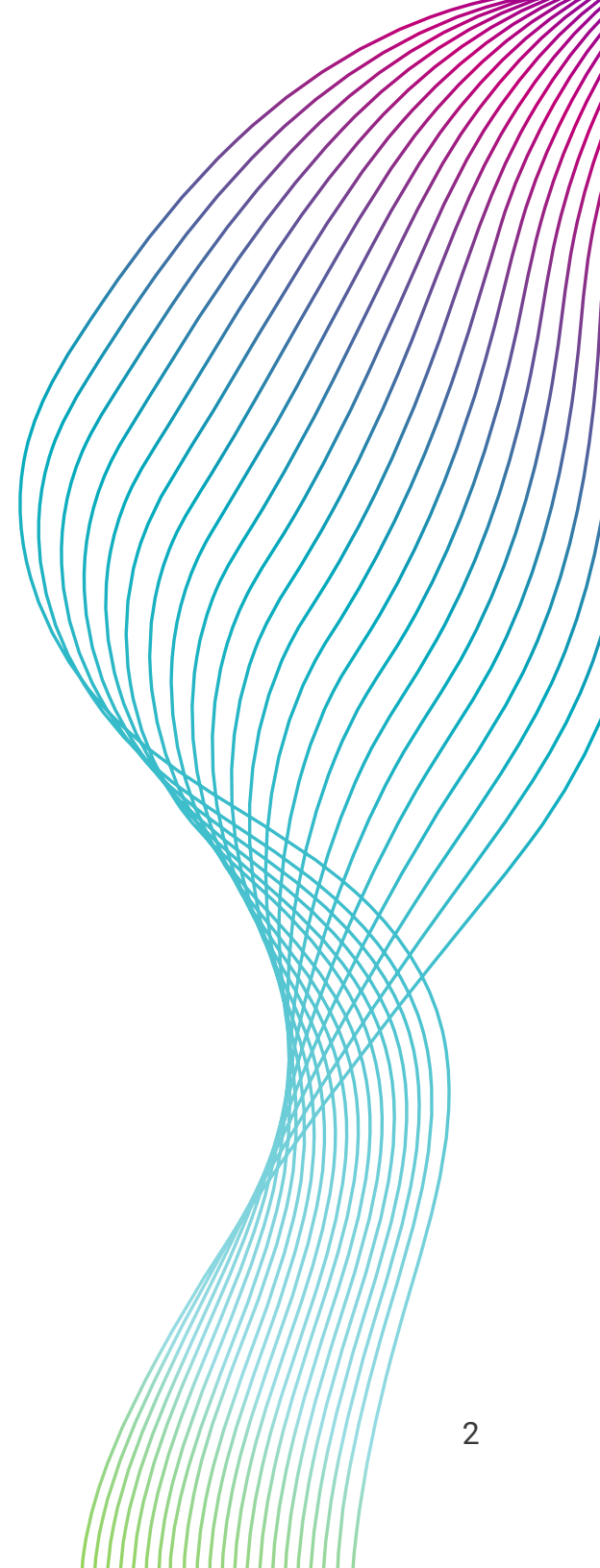
- Lista de comprobación: Primeras conversaciones sobre la estrategia de datos 6

Adoptar un enfoque estratégico a la hora de gestionar los cambios 7

Controlar los costes con maestría 8

Los CIO crean estrategias de datos que impulsen un cambio 9

Acerca de Informatica 10



Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Prólogo

Es un momento fascinante para convertirse en CIO. Mi propia carrera en TI ha abarcado algunos de los cambios más significativos a lo largo de la transformación digital del sector: cliente-servidor, la era del PC, las grandes aplicaciones (ERP y CRM), Internet, el cloud, etc.

El nivel de progreso que se ha alcanzado en las últimas décadas es asombroso, y el éxito obtenido es igual de asombroso. Según el informe tecnológico global de KPMG de 2022, el 99 % de las organizaciones ha mejorado la rentabilidad o el rendimiento de las inversiones digitales en los últimos dos años¹, lo cual es una gran noticia. Pero eso también significa que el éxito de la transformación digital se está convirtiendo rápidamente en un requisito básico en lugar de un factor diferenciador.

Aquí es donde el CIO cobra protagonismo.

Después de haber liderado varias transformaciones tecnológicas, puedo hablar desde mi experiencia personal. Cuando se ocupa el cargo de CIO, sus habilidades van más allá de lo técnico. Aunque son de importancia crítica, otros factores son igualmente esenciales, como la capacidad de colaborar con todas las funciones de la empresa, dirigir a las personas mientras se realiza el cambio y presupuestar con un ojo perspicaz.

Después de casi 30 años ayudando a los clientes a aprovechar sus datos, comprendemos el valor de una estrategia de datos sólida. Por eso hemos recopilado estos puntos destacados sobre por qué los CIO son la piedra angular de una estrategia de datos basada en resultados que conduce a un cambio significativo.

Vivimos un gran momento y, como CIO, tenemos la oportunidad de demostrar nuestras capacidades más allá de lo esperado.



Graeme Thompson

Vicepresidente sénior y director de información (CIO) de Informatica

¹ <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/09/kpmg-global-tech-report-2022.pdf>

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Introducción

En la economía digital actual, los CIO son el puente entre los planes de los líderes empresariales y la estrategia del director ejecutivo. Ocupan una posición privilegiada para desafiar el statu quo de los equipos y extraer las mejores decisiones de toda la empresa a partir de sus datos colectivos.

Seamos sinceros: los CIO son leyendas. Magos incluso. Ellos ven la visión global, y también reconocen el aquí y el ahora, en toda la organización. Y, de alguna manera, consiguen que todo funcione.

Es cierto que el equipo ejecutivo y la junta directiva recurren a ellos para impulsar la visibilidad de los procesos de datos, los costes y las ineficacias en los diferentes departamentos. También esperan que el CIO aborde el Big Data de forma directa, tomando decisiones en un momento dado para acelerar el plazo de amortización, modernizando su infraestructura y manteniéndose al día de las últimas tendencias del sector. Y deben hacerlo todo al mismo tiempo que mitigan el riesgo de que los proyectos fallen y protegen la seguridad.

Pero ¿qué papel debe desempeñar el CIO a la hora de ejecutar una estrategia de datos satisfactoria? En los últimos años se ha producido en las organizaciones una proliferación de nuevos puestos centrados en los datos. Entre los

directores de datos, los directores de análisis y los científicos de datos, parece que el papel del CIO se ha diluido a la hora de ofrecer el valor de los datos.

Lo mismo ocurre a la inversa, claro está. La función del CIO se ha vuelto aún más crítica porque el éxito de todas estas funciones centradas en los datos, así como el éxito de la estrategia de datos de la organización, depende de que exista una conexión estrecha entre las plataformas tecnológicas, las capacidades de datos y los resultados empresariales, lo que solo es posible gracias a la labor del CIO.

Los CIO no son solo una cámara de compensación de solicitudes de pilas de tecnología o el departamento del "no". Todo lo contrario. Al fin y al cabo, los CIO son fundamentales para que los equipos puedan actuar bien con sus clientes y destacar frente a la competencia.

Por eso creemos que hay tres formas en las que los CIO pueden defender una estrategia de datos ganadora en su organización:

- Ser la piedra angular de la colaboración
- Adoptar un enfoque estratégico a la hora de gestionar los cambios
- Controlar los costes con maestría

“La pandemia cambió drásticamente el modelo de ventas en el que operamos, por lo que tuvimos que cambiar rápidamente nuestra estrategia de aplicaciones para permitir a los clientes comprar más a través de la web y los dispositivos móviles. Necesitábamos establecer una única fuente fiable para millones de registros de clientes en varios sistemas de punto de venta, ERP y comercio electrónico”.

Gary Desai

CIO, Discount Tire

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Ser la piedra angular de la colaboración

Atrás quedó la época en que la oficina del CIO recopilaba solicitudes de tecnología de diferentes equipos y priorizaba los requisitos de toda la organización. No puede permitirse hacerlo en la economía digital actual. Ahora, cada uno de nosotros aplica nuestra mentalidad de consumidor al trabajo, y esperamos experiencias atractivas que nos ayuden a hacer lo que queremos de forma más rápida, más barata y mejor.

Además de ser expertos en tecnologías, los CIO ahora necesitan tener un alto grado de perspicacia para el negocio, comprender el sector de su organización y ser capaces de convencer a los demás cuando se necesitan grandes cambios para seguir siendo competitivos. El director ejecutivo y la junta directiva esperan que el CIO se replantee el papel que desempeña en casi todos los aspectos de la empresa: la eficacia operativa, la productividad de los empleados, la experiencia del cliente y el retorno de la inversión (ROI).

La realidad es que los CIO están haciendo malabarismos con más responsabilidades que nunca. De hecho, el 61 % de los CIO prioriza la infraestructura que respalda el trabajo híbrido/flexible y el 52 % prioriza la ciberseguridad.² Si a esto se añade lo que ya tenían en sus manos en torno a la transformación digital, la modernización del cloud y la experiencia del cliente, no tienen ni un momento de respiro.

Además, el 64 % de los CIO afirma que el abandono del talento es un problema³, lo que significa que están liderando las organizaciones a través del cambio mientras intentan aumentar la productividad de sus equipos y mantenerse centrados en lo que importa. De hecho, según CIO Dive, el 70 % de los ejecutivos afirmaron estar comprometidos con los esfuerzos de actualización de competencias de sus equipos existentes, pero la mayoría de ellos admitieron que estos esfuerzos no son eficaces.⁴

La buena noticia es que el CIO ocupa una posición privilegiada entre la tecnología y la empresa para dar en el blanco. Tienen el nivel perfecto para encontrar un terreno común entre los equipos departamentales, ya que pueden alinearse con sus objetivos colectivos (una visión ascendente y descendente), pero sin perder de vista la visión global.

Ya prestan servicios a todos los equipos de la organización (gestionan la mentalidad de expectativas de consumidor que se aplica al trabajo), lo que crea un espacio para conversaciones excelentes. El CIO puede comunicar claramente el “por qué” que plantea la dirección del negocio, pero también respaldarlo con el “cómo” y el “qué” tangibles. Una vez que los equipos se sienten escuchados y pueden ver cómo sus solicitudes se alinean con los objetivos a largo plazo de la organización, todos pueden centrarse en la ejecución. Al fin y al cabo, los grandes estrategias de datos comienzan con conversaciones fructíferas. Para ayudarle a guiar sus conversaciones iniciales con las partes interesadas clave, hemos creado una lista de comprobación en la página siguiente.

Por último, el CIO puede equilibrar la forma de resolver algunos problemas críticos en tiempo real hoy mismo (logros inmediatos) y sentar las bases para una estrategia de datos escalable. Esta es la magia que ejercen a la hora de mantener a los equipos involucrados, generando impulso y, al mismo tiempo, incorporando nuevos comentarios, información y análisis a lo largo del proceso. Una estrategia de datos real siempre está en desarrollo.

² <https://www.ciodive.com/spons/2022-cio-priorities/624672/>

³ <https://www.ciodive.com/spons/2022-cio-priorities/624672/>

⁴ <https://www.ciodive.com/news/big-data-analytics-upskilling-challenges/623835/>

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Lista de comprobación:

Primeras conversaciones sobre la estrategia de datos

Presentamos una sugerencia de programa para sus primeras reuniones con las partes interesadas:

- Defina el contexto.** Demuestre que su objetivo consiste en ofrecer resultados empresariales.
- Aprenda cuáles son sus objetivos, el estado objetivo y los obstáculos clave.** Comprenda por qué necesitan resolver estos desafíos. Puede identificar estas oportunidades preguntando cosas como las siguientes: ¿cuál es la única pregunta sobre nuestros clientes que desearía poder responder? O bien, ¿qué problema le gustaría resolver ahora mismo?
- Comprenda sus procesos principales.** Comience con una vista general y, a continuación, profundice en conversaciones posteriores. Un ejemplo para ventas y marketing: descubra cómo se crean y convierten las oportunidades.
- Descubra sus métricas y el lenguaje del éxito.** Diseñe su estrategia para trasladar estas métricas y utilice el lenguaje de los clientes en toda su planificación.
- Definan los resultados y los hitos juntos.** Acuerden lo que se consideran buenos resultados y los hitos que demostrarán que lo está consiguiendo.
- Busque las deficiencias y las trampas más probables.** Todavía no se necesita un análisis exhaustivo de las deficiencias, pero trate de hacerse una idea de cuáles son los grandes desafíos y dónde tendrá que invertirse la mayor parte del trabajo. Avanzar con un proyecto de estrategia de datos antes de determinar si dispone de la información correcta en las condiciones adecuadas para respaldar el proyecto puede conducir al fracaso.
- Fomente una perspectiva más amplia.** Muestre cómo las capacidades de las que han conversado afectan a otros procesos, departamentos y partes interesadas. Hablen de por qué el compromiso en su ámbito podría contribuir a alcanzar los objetivos del director ejecutivo.
- Acuerden cuáles serán los siguientes pasos.** No se vaya sin que estén claras las acciones que deben llevar a cabo ambas partes. Comience a pensar en el equipo que necesitará reunir.
- Resuma la reunión por escrito.** Capture toda la conversación y los pasos siguientes que se deben dar, ya sea en un informe de reunión o en un correo electrónico informal. Repase la comunicación para confirmar que refleja con precisión la conversación.
- Comuníquese de forma periódica.** Después de la reunión, trabaje mano a mano con su socio empresarial a medida que se desarrolla el proyecto de estrategia de datos. ¿Qué funciona y qué no? ¿Cómo debe repetirse el proyecto en función de los primeros aprendizajes? Tomen estas decisiones juntos.

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Adoptar un enfoque estratégico a la hora de gestionar los cambios

La responsabilidad se detiene con el CIO. Muchas personas tienen grandes ideas sobre lo que sus equipos “necesitan”, pero alguien debe conciliar todo eso con un plan real que tenga un presupuesto y un plazo finitos. Además, la resistencia al cambio es real. Por lo general, las personas no tomarán medidas hasta que el desagrado respecto del cambio sea menor que el desagrado que produce permanecer igual. Esto es especialmente cierto cuando se trata de implementar cualquier tipo de medidas de gobierno de datos y calidad de datos.

Pero no todo se reduce a un palo sin zanahoria. Los CIO tienen una fuerte determinación para mitigar el riesgo. Cuando su trabajo se aplica a toda la organización, todavía pueden aportar muchísimas grandes ideas a la empresa y, al mismo tiempo, equilibrar el nivel adecuado de interrupción para obtener el máximo valor de los datos.

“La importancia de la precisión, o exactitud, en torno a todos los activos de datos no es negociable”.

Yael Cosset, CIO, Kroger

Los CIO son un potente agente de cambios, no solo por la forma en que ayudan a dar forma a la cultura de los datos corporativos, sino también por la forma en que la empresa piensa en la gestión de los datos como un activo. Según Gartner, para 2025, el 70 % de las empresas públicas que superen a la competencia en métricas financieras clave también afirmarán estar centradas en los datos y los análisis.⁵ Los CIO conocen la diferencia entre el cambio revolucionario (que es bueno en el momento adecuado en la evolución de una empresa, pero a veces complicado) y el cambio gestionado (que ayuda a mitigar el riesgo a largo plazo, pero se acepta con mayor facilidad). Pueden pronosticar el impacto de estos cambios en toda la organización y mantener a todos conectados con el “por qué” original que subyace a los cambios recomendados.

El arte del liderazgo del cambio es un baile delicado. Para hacerlo bien, probablemente se verá obligado a adaptarse a nuevas formas de hacer las cosas, a aprender nuevas habilidades y a romper barreras organizativas. Asimismo, su transformación digital podría significar que algunas funciones se tengan que eliminar por completo y que muchas otras probablemente requieran mucho más trabajo a corto plazo. Probablemente también se encontrará con que necesita funciones completamente nuevas que no existían antes.

Básicamente, podemos confesarle que usted no va a ser popular. Al menos, no al principio.

Sin embargo, cuando los CIO se centran en mejorar la experiencia del cliente, por ejemplo, pueden mantener a todos alineados con los objetivos estratégicos de la empresa. El CIO puede ayudar a cada departamento a pensar más allá de su propio silo y ver de forma más horizontal en toda la organización. La idea es aplicar principios de estrategia de datos sólidos a problemas granulares, al tiempo que se va construyendo una estrategia de datos y un programa de gobierno más amplios que se extiendan por toda la empresa.

Según Gartner, para 2025, el 70 % de las empresas públicas que superen a la competencia en métricas financieras clave también afirmarán estar centradas en los datos y los análisis.⁵

⁵ Gartner®, How to Optimize Enterprise Value From Data and Analytics, Rita Sallam, 10 de octubre de 2022.

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Controlar los costes con maestría

Es emocionante acceder a nuevos mercados, atender a nuevos clientes e incluso experimentar con nuevos modelos de negocio. Si bien esta economía digital actual es excelente para la innovación (que también respalda el crecimiento empresarial), invita a los responsables de los costes a introducirse en el panorama del CIO ya de por sí muy presionado, un panorama en el que ya se les pide que estiren el presupuesto y recorten gastos.

El cloud desempeña a partes iguales el papel de héroe y el de villano en esa historia. El cloud prometía un acceso ilimitado a capacidades que, de otro modo, nunca vería en su data center local. También creó una manera muy fácil de gastar dinero, y rápidamente. La gestión de costes del cloud sigue siendo un problema para las empresas, y los CIO reconocen que los costes no se deben analizar de forma aislada. En su lugar, se deben comparar con el valor generado. Aquí es donde la colaboración con el director financiero cobra importancia, ya que es difícil asignar cifras objetivas a la parte de creación de valor de los datos.

El Big Data puede costar mucho dinero. De hecho, el 80 % de los profesionales de la gestión de datos admite que tiene dificultades para predecir los costes del cloud relacionados con los datos.⁶ Las promesas de la detección de nuevas perspectivas a partir de los análisis son seductoras. Sin embargo, los CIO entienden que la aportación de datos más enriquecidos para alimentar esas estructuras de análisis aumenta los costes del almacenamiento y los recursos informáticos en el cloud que pueden afectar a la estrategia de datos más amplia. Buscan los tipos de gobierno, catalogación y procesos generales que seguirán sus equipos de datos para asegurarse de que son conscientes de los costes y los riesgos. Los CIO quieren que los departamentos se beneficien de la agilidad, la velocidad y, en última instancia, la innovación del cloud, pero sin perder cierto control sobre el presupuesto, la seguridad y el acceso.

Según CIO Dive, el 80 % de los profesionales de la gestión de datos admite que tiene dificultades para predecir los costes del cloud relacionados con los datos.

⁶ <https://www.ciodive.com/news/Big-Data-Cloud-Cost-Control/630004/>

“Estamos haciendo mucho más accesibles los datos. Este hecho permite generar informes en menos tiempo, a la vez que ayuda a mejorar la seguridad de la información y a reducir los costes operativos”.

Dr. Ray Wang

CIO, Universidad de Nueva Orleans

Las tres principales razones por las que los CIO son los líderes de las estrategias de datos ganadoras

Los CIO crean estrategias de datos que impulsen un cambio

Una vez que los CIO son conscientes de que ocupan una posición privilegiada entre la tecnología y la estrategia empresarial, pueden aprovechar sus extraordinarios puntos fuertes de colaboración, gestión de cambios y control de costes para convertirse en un catalizador de una estrategia de datos satisfactoria. El resultado es una organización que se mueve con velocidad, seguridad y previsibilidad.

Los CIO superan todas las expectativas básicas y animan a sus organizaciones a alinearse en torno a un espíritu de datos escalable y de alto rendimiento. Ser un estratega de datos superior es espectacular, especialmente cuando su organización está dominando a la competencia a lo largo del camino.

La creación de una estrategia de datos ganadora implica pensar realmente en los datos como un activo estratégico. Y, si ese es el caso, se debe gestionar de esa manera. En el panorama tan competitivo de hoy en día, la realidad es que los datos sustentan su transformación digital. Y punto.

Teniendo esto en cuenta, los CIO deberían pensar en los datos de la misma manera que un director financiero piensa en el dinero. Si habla con un director financiero y le pregunta si sabe dónde está todo el dinero en su empresa, esperamos que la respuesta sea que sí. Si le pregunta si tiene implementados procesos para controlar cómo se mueve el dinero y cómo se opera con él en la empresa, también lo va a saber. ¿Qué le parece la idea de tener implementado un proceso de gobierno para asegurar que el dinero se está utilizando para el fin más productivo? La mayoría de los directores financieros pueden responder de forma afirmativa a esas preguntas.

El CIO entiende que una estrategia de datos real siempre está en desarrollo.

Pero si los datos son el activo del que depende la transformación digital, es mejor que nos pongamos en marcha rápidamente. Porque la competencia ya lo está haciendo.

Naturalmente, los CIO tienen una perspectiva diferente a la de las personas que están tratando de ejecutar el próximo proyecto. Pensar a largo plazo y tener la visión global son factores esenciales. Anticipar las necesidades futuras de proyectos futuros puede crear tensión entre sus objetivos a corto plazo y su estrategia a largo plazo. La identificación de estos puntos de tensión es la indicación que recibe el CIO para saber que tiene que intervenir y tomar una decisión de mayor alcance. Esto le diferenciará como CIO que avanza o simplemente se mantiene a flote en la economía digital de gran presión actual.



Acerca de nosotros

En Informatica (NYSE: INFA), creemos que los datos son la esencia de la transformación empresarial. Por eso le ayudamos a transformarlos de simple información binaria a una innovación extraordinaria con Informatica Intelligent Data Management Cloud™. Basado en IA, es el único cloud dedicado a gestionar datos de cualquier tipo, patrón, complejidad o carga de trabajo en cualquier ubicación y en una sola plataforma. Tanto si desea utilizar análisis de última generación como ofrecer experiencias de cliente perfectamente sincronizadas o garantizar el gobierno corporativo y la privacidad, tendrá siempre la seguridad de que sus datos son precisos, su información es útil y sus posibilidades son ilimitadas.

Informatica Local Headquarters
José Echegaray 8, Parque Alvia - Edif. 3, PB 3,
28232 Las Rozas de Madrid
Tel: +34 91 787 61 40
Fax: +34 91 754 29 50
Número gratuito en Estados Unidos:
1.800.653.3871

informatica.com/es
linkedin.com/company/informatica
twitter.com/Informatica

**PÓNGASE EN CONTACTO
CON NOSOTROS**

IN19-0123-4503

© Copyright Informatica LLC 2023. Informatica y el logotipo de Informatica son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Informatica LLC en los Estados Unidos de América y en otros países. La lista actualizada de marcas comerciales de Informatica se encuentra disponible en esta web: <https://www.informatica.com/es/trademarks.html>. Otros nombres de empresas y productos pueden ser nombres comerciales o marcas comerciales de sus respectivos propietarios. La información de este documento está sujeta a cambios sin previo aviso y se proporciona "TAL CUAL", sin garantía de ningún tipo, expresa ni implícita.

informatica.com