



CIO Roundtable

La sólida construcción
de una nueva realidad

2

segunda sesión
marzo 2012

El CIO Roundtable, creado por Deloitte, busca propiciar un espacio de interacción y relacionamiento que permita a los CIOs compartir sus experiencias y conocimientos, para actualizarse y evolucionar hacia un rol más estratégico.

Introducción

Uno de los temas que más ha generado interés en los CIOs (*Chief Information Officers* o Directores de Tecnología) es el de la movilidad empresarial. Ello por la oportunidad que representa en cuestiones operativas y en el posicionamiento de servicios y productos.

Para entender el impacto de esta tecnología tan sólo hay que observar los alcances que poseen los teléfonos inteligentes actuales, capaces de una multifuncionalidad inimaginable hace algunos años. Esto representa un cambio fundamental en la manera de comunicarnos y dará un sinfín de oportunidades de negocio en los próximos años.

Para el año 2013, más del 34.9 por ciento* de la población activa de todo el mundo utilizará soluciones móviles; y para 2014, 14.3 mil millones de personas harán transacciones electrónicas vía estos dispositivos.



Sin embargo, al revisar las estrategias de diversas empresas sobre el tema, vemos que el conocimiento sobre la movilidad no ha madurado del todo: aún no se ha entendido el alcance de esta tecnología, lo cual dificulta lograr una consistencia de la información, una seguridad de acceso y la integración a las estrategias que generan valor en la organización.

Finalmente, el gran reto es integrar las estrategias de la compañía con las nuevas posibilidades de la movilidad.

Nos complace presentar por escrito algunas de las ideas que se desarrollaron sobre este tema en nuestra pasada segunda reunión del Club CIO, iniciativa de Deloitte México para reunir a los ejecutivos de esta especialidad en torno a los temas relevantes en la materia que gestionan diariamente.

Esperamos que estas reflexiones aporten soluciones para el crecimiento y evolución de su negocio.

Omar Camacho

Socio
Consultoría

* Fuente de información: Empresa IDC México.

Segunda edición del CIO Roundtable: Los retos de la movilidad empresarial

El pasado 22 de marzo se llevó a cabo la segunda edición del evento CIO Roundtable cuyo tema principal fue: “¿Cuáles son los retos con la movilidad empresarial?”.

Los CIOs de las principales empresas del país se reunieron para escuchar a Belinda McConnell, Senior Manager de Deloitte US, exponer magistralmente el tema “Mobility & The Connected Consumer”, así como a Edgar Fierro, Director General de IDC, quien compartió su punto de vista acerca de la movilidad en las empresas.

Posteriormente, tuvo lugar un panel en el que participaron Adriana Reyes Carrillo, CIO de Procter & Gamble, y Carlos Francisco Sánchez Fanjul, Director del Centro de Excelencia en Grupo Modelo. Alonso Yañez, Socio de Deloitte, fungió como moderador del panel.

El evento concluyó con una votación interactiva, donde de las 29 personas que asistieron, el 50 por ciento coincidió en que las “soluciones para el cliente final” son el componente de la cadena de valor en donde una iniciativa de movilidad tiene mayor impacto; mientras que el 54 por ciento opinó que la prioridad de adopción de este tipo de tecnologías para su sector es “mediana”, pues aún hay temas por definir antes de su aplicación.

A continuación presentamos los puntos más relevantes de las intervenciones de cada uno de los panelistas, así como los resultados de la votación interactiva.



Puntos más destacados

de los panelistas invitados

Belinda McConnell (Senior Leader, Deloitte Digital US)

- Los consumidores están conectados de manera continua, operando en un mundo de creciente caos y continua conectividad. La innovación tecnológica ha detonado la adquisición de tecnología móvil, lo que ha hecho que los usuarios de ésta sean la principal población en línea en la actualidad, por lo que se puede afirmar que “ya no se trata sólo de la web, sino de la movilidad.”
- El mercado de la movilidad ha crecido significativamente: de 17 mil millones de dólares en 2010 a un estimado de 231 mil millones de dólares para 2015.
- La movilidad está revolucionando a todas las industrias, ejemplo de ello es cómo el 95% de las firmas norteamericanas han reconocido que la movilidad les ha agregado valor; el 64% de las mismas, sin embargo, no tienen definida una estrategia en este sentido.
- Sin una estrategia clara y sin un mecanismo que ayude a asimilar la rápida evolución de esta tecnología, es muy difícil alcanzar los verdaderos beneficios de la movilidad.
- Los requerimientos básicos para un buen programa de movilidad son: una estrategia comprensible, una planeación sistemática, diseño, gobierno e infraestructura operativa.
- La movilidad no es algo “del futuro”: ya está aquí; no formar parte de ella puede dejar a las organizaciones “fuera del juego”.
- La movilidad es compleja, mucho más de lo que se cree. Requiere un esfuerzo significativo de planeación, integración, implementación y retos administrativos.
- La movilidad es la última frontera para la computación empresarial: si se ejecuta correctamente, puede crear nuevas fuentes de ingreso, incrementar la retención de empleados, mejorar la productividad, mejorar el uso de los activos y ayudar en la transformación del negocio.

Edgar Fierro (Director General de IDC en México)

- El tema de la movilidad no se limita sólo a los dispositivos móviles a los que tenemos acceso, sino a todos los puntos donde se genera información y transacciones, tales como los cajeros automáticos, los servicios en línea, etcétera.
- Cerca del 50 % de la información que se generará para 2014, se hará desde distintas “nubes públicas”.
- Para las empresas, lo importante es revisar en dónde se está generando la información y tener una infraestructura distinta a la que se tiene hoy en día, con procesos totalmente diferentes, con otro tipo de seguridad y tipo de competencias. Se requiere redefinir los procesos y pensar de otra manera para atender las necesidades que el mercado actual exige.
- Debido a la diversidad tecnológica actual, el volumen de información está creciendo de forma exorbitante (y se espera que para 2015, el nivel de información crezca seis veces más), sin embargo, los recursos en las áreas de sistemas no están creciendo al mismo nivel: no habrá suficientes profesionales de TI para manejar esos volúmenes, por lo que es necesario buscar soluciones.
- Dada la situación anterior, es muy importante que las organizaciones cuenten con sistemas de análisis y selección para conservar sólo la información que aporte valor al negocio; ya no se puede simplemente almacenar y segmentar los datos.
- El aumento de tráfico en el nivel de datos significa también un mayor flujo de comercio en línea, lo que está obligando a las empresas a incorporar sus procesos de negocios a plataformas como las redes sociales. Pronto tendremos en México a algunas instituciones financieras ofreciendo sus transacciones por medio de redes sociales.
- El aumento de datos y transacciones en línea también genera un mayor consumo de dispositivos móviles, lo cual permitirá a las empresas hacer campañas más dirigidas y personalizadas a sus consumidores: se podrán crear patrones de consumo personalizados, para generar ofertas en tiempo real y geolocalizadas.
- La movilidad, por consecuencia, requiere analizar la información desde una perspectiva mayor, con una mejor inteligencia de negocios y procesos analíticos más específicos.
- El gran cambio actual se debe a la convergencia de varias tecnologías, tales como los dispositivos móviles, las soluciones en la nube, el *big data analytics* y el ancho de banda.
- El tema del ancho de banda es algo que tiene que mejorar en nuestro país, a fin de que todos estos procesos sean exitosos.
- Para Latinoamérica se proyecta que el gasto en servicios profesionales de TI se va a mantener en la misma proporción actual. Las tecnologías móviles como los *smartphones* lograrán una penetración aún más importante en nuestro mercado.
- Debido a la “consumerización” de la tecnología, dos de cada tres compañías en Latinoamérica van a permitir a algunos de sus empleados portar sus propios dispositivos.
- La infraestructura móvil seguirá creciendo en la región, con un estimado de 80 millones de usuarios para 2012, por lo que se deberán derivar recursos si se pretende explotarla.
- Las industrias de la región, especialmente la financiera, manufacturera y de gobierno, adoptarán en mayor grado estas soluciones inteligentes en los próximos años.
- El principal reto es tener la habilidad de cambiar, considerando el panorama antes descrito.

Adriana Reyes (CIO de Procter & Gamble):

- El objetivo de la empresa al entrar en el tema de la movilidad fue el de tocar y entender de una mejor forma, la vida de más consumidores a nivel global.
- Toma mucho tiempo desarrollar modelos que puedan materializar las ideas dentro de las organizaciones. Se espera que la tecnología asista a este proceso de forma rápida y efectiva, a través de recursos como la virtualización.
- Una parte muy importante de la comunicación por medio de los nuevos dispositivos móviles es asegurarse de hacer una segmentación correcta de los consumidores -a nivel global- y en cuanto a su poder de compra, ya que es muy diferente la información que buscan los consumidores, dependiendo de su nivel socioeconómico. El punto es saber exactamente qué tipo de información se va a mandar a cada consumidor.
- Actualmente, entre el 80 y 90 % de la fuerza de trabajo de Procter & Gamble tiene un esquema flexible, por lo que el tema de la movilidad es también crucial para la forma en que actualmente trabaja la empresa.
- Uno de los mayores retos de la organización es lidiar con la incertidumbre que representa la constante evolución de la tecnología y las nuevas formas de llegar a los consumidores; también es un reto asignar en su justa proporción lo necesario en cuestiones tecnológicas, a fin de no dilapidar recursos. La seguridad y la protección de la marca es otro reto que se debe considerar.
- La empresa ha realizado un gran *outsourcing* en el área de servicios de *search services* y tiene varios *partnerships* estratégicos. Esta tendencia se irá incrementado con el tema de la movilidad, donde ya se habla de relaciones estratégicas con empresas como Google o Facebook.
- Uno de los retos es la conexión 1 a 1 con el consumidor, para así lograr establecer una relación única, pues esta es la forma en que la gente se vuelve leal a la marca y empieza a identificarla con los grandes momentos de su vida.
- La empresa está trabajando en el llamado *One Consumer Place*, donde se está construyendo la infraestructura para asegurar que se pueda capturar todos los “toques” que algún consumidor tiene con alguna de las marcas de la organización.
- Procter & Gamble ha dado pasos agigantados en ciertos aspectos tecnológicos y en la manera en cómo se comunica con sus consumidores y empleados, sin embargo, está consciente de que en el tema de la movilidad, aún tiene mucho por explorar.



Carlos Sánchez (Director del Centro de Excelencia en Grupo Modelo):

- Grupo Modelo empezó a responder al tema móvil más por una necesidad que por una estrategia: sus ventas en ruta son su principal forma de comercialización.
- Se establecieron 4 propósitos para el tema de la movilidad:
 - Continuar con la comunicación
 - Extenderse hacia otros dispositivos móviles
 - Realizar aplicaciones empresariales para habilitar transaccionalidad a través de los equipos móviles
 - El tema analítico
- Se menciona un posible quinto propósito: cómo puede vivir la empresa el *social media*.
- Existen varios retos con este tipo de tecnología, uno principal es el de la seguridad y el cuidado de la reputación de la marca. Asimismo, existe una preocupación por manejar correctamente esta tecnología con los empleados, los clientes y los consumidores.
- La empresa está tratando de juntar todas las piezas relacionadas al tema de la movilidad y quizá el mayor problema es ir adaptándose a los nuevos avances que se van dando.
- En un par de años, las organizaciones tendrán empleados que van a ser totalmente móviles (empleados, oficinas, administrativos, *marketing*); la mayor parte de la gente no necesariamente va a necesitar un espacio físico específico para trabajar.
- Lo anterior implica que se tendrá que contar con una infraestructura tecnológica para soportar una población móvil de trabajadores. Es ahí donde el tema de la movilidad tiene que estar emparentado necesariamente con temas de *cloud*, ancho de banda, etcétera.



Resultados de la votación interactiva

Dentro de las dinámicas de CIO Roundtable, la votación interactiva nos ayuda a sondear la opinión inmediata de los ejecutivos asistentes con respecto a diferentes aspectos de los temas tratados. Las preguntas enfocadas a la movilidad arrojaron datos interesantes sobre la percepción que se tiene en México sobre este tema, por parte de los responsables de tecnología en las empresas.

De acuerdo a las respuestas de los asistentes, el tema de la movilidad aún tiene un nivel de penetración que va de mediano a bajo, ya que el 70 por ciento de los votantes así lo expresaron (fig.1).

Por otra parte, la prioridad de adopción de esta tecnología es considerada entre mediana y alta (fig. 2), lo cual se concluye a partir del contraste entre la necesidad que se percibe entre su adopción y el bajo nivel de penetración.

Por último, el área de la organización que tendría un mayor beneficio con esta tecnología es, en opinión de los asistentes, el área de soluciones para el cliente final, seguida por los beneficios a la fuerza de ventas y solución a procesos operativos (fig. 3).

Fig. 1. En su opinión ¿Cuál es el nivel de penetración que las iniciativas de movilidad tienen en el mercado mexicano?

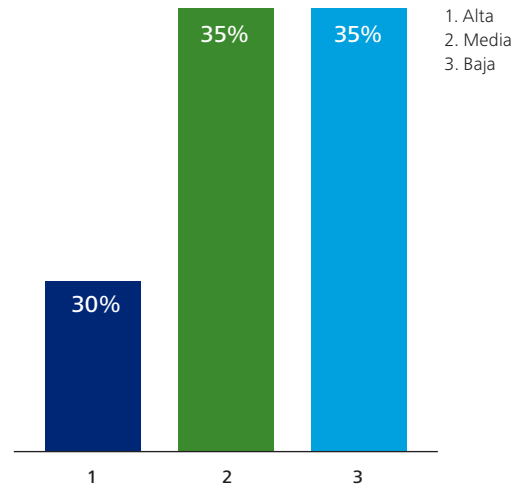


Fig. 2. En su opinión ¿Cuál sería la prioridad de adopción de este tipo de tecnologías para su sector?

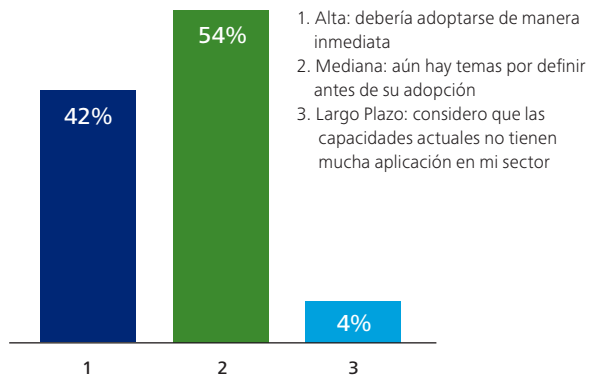
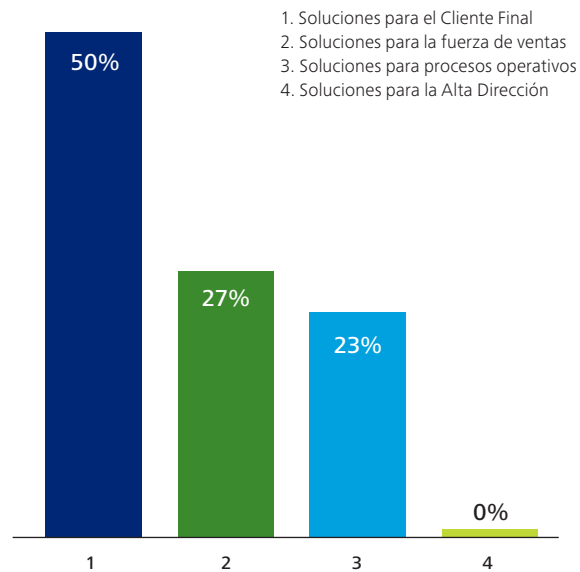


Fig. 3. ¿Cuál debe ser el componente de la cadena de valor o área de la organización en donde una iniciativa de movilidad tiene el mayor impacto o genera el mayor valor?





Contactos:

Omar Camacho

Socio

Consultoría

Responsable de Clientes y Mercados

Tel. +52 (55) 5080 7081

ocamacho@deloittemx.com

Juan Pinacho

Socio

Consultoría

Responsable de la línea de servicio de TI

Tel. +52 (55) 5080 7121

jupinacho@deloittemx.com

Alonso Yañez

Socio

Consultoría

Responsable de las líneas de servicios
de Oracle y Sector Público

Tel. +52 (55) 5080 7166

ayanez@deloittemx.com

Luis Meza

Socio

Consultoría

Responsable de la línea de servicio SAP

Tel. +52 (55) 5080 7130

lmeza@deloittemx.com

Lina Hernández

Directora

Consultoría

CIO Roundtable

Tel. +52(55)5080 6233

linhernandez@deloittemx.com

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos, consultoría y asesoría financiera, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los aproximadamente 182,000 profesionales de la firma están comprometidos con la visión de ser el modelo de excelencia.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Deloitte Consulting Group, S.C., el cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la provisión de servicios de consultoría (incluidos tecnología de la información, estrategia y operaciones y capital humano) en México bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de la pérdida que pueda sufrir cualquier persona que consulte esta publicación.