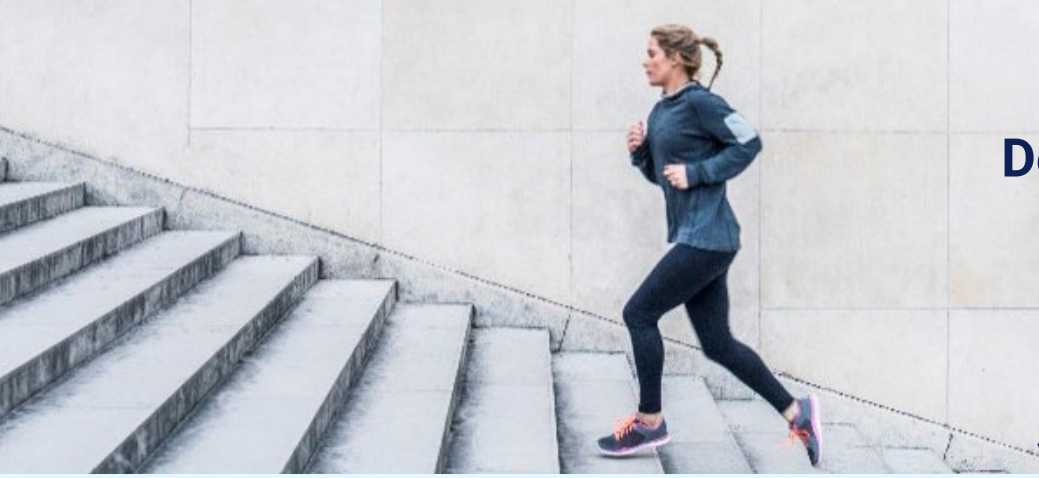

Resumen ejecutivo

Desarrollo del músculo de la innovación

Cómo lograr que la innovación forme parte del ADN de su organización para situarse a la vanguardia en un mundo con IA

El futuro empieza hoy

En el mundo digital actual, la velocidad de los cambios no afloja y la disrupción es algo que cabe esperar. Las organizaciones que tienen más éxito hoy en día reaccionan de forma rápida y eficiente para obtener ventajas competitivas allá donde surjan. No obstante, Dell Innovation Index de 2023 concluyó que solo el 18 % de las organizaciones pueden clasificarse como "innovadoras" y cuentan con las estrategias de personal, tecnología y procesos idóneas para tomar riesgos inteligentes y basados en la información, mantener la agilidad e impulsar el crecimiento empresarial. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones se enfrentan a dificultades.

Para ayudar a más organizaciones a convertirse en líderes en innovación, llevamos a cabo un estudio nuevo, Innovation Catalysts, basado en las respuestas de 6600 responsables de la toma de decisiones empresariales y de TI (BDM e ITDM, respectivamente) que se ocupan de fomentar o influenciar la innovación en su organización, en 40 países de todo el mundo. En una serie de tres partes, examinamos de cerca los ámbitos principales en los que prosperan los líderes en innovación y exploramos los ámbitos que causan problemas a organizaciones de todo el mundo.

Este resumen ejecutivo se basa en el primer asunto. **Desarrollo del músculo de la innovación**

1. **Desarrolle el músculo de la innovación.**
   Cómo lograr que la innovación forme parte del ADN de su organización para situarse a la vanguardia en un mundo con IA.

2. **Maximice la información sobre los datos.**
   Cómo diseñar infraestructura inteligente, flexible y resiliente que aproveche sus datos dondequiera que se encuentren.
   (Acceder aquí)

3. **Adopte la colaboración entre personas y máquinas.**
   Cómo desarrollar una cultura de innovación y ofrecer una experiencia de trabajo productiva en la que todo el mundo pueda prosperar.
   (Acceder aquí)

Estado de la innovación

El futuro es incierto para las organizaciones, y casi 6 de cada 10 tienen dificultades para mantener el ritmo de la innovación. A fin de utilizar estos recursos con eficacia, coordinar las prioridades de innovación es fundamental, pero muchas organizaciones todavía no lo han logrado. Los líderes empresariales se centran más en las necesidades inmediatas, como fomentar la eficiencia y el ahorro de costes, y aumentar los ingresos en esta épica económicamente incierta. No obstante, los responsables de TI parecen pensar más en el día de mañana y se centran en preparar la organización para el futuro y en el potencial transformador de la IA y la IA generativa.

El 94 % admiten que sus organizaciones se enfrentan a desafíos que les impiden fomentar la innovación con éxito, y que el mayor obstáculo es la falta de conocimientos y competencias necesarios. Sin embargo, salvar la brecha de conocimientos y habilidades es el objetivo de innovación que menos probabilidades tiene de priorizarse; pero puede representar una oportunidad para replantearse e innovar en torno a los programas actuales de atracción, formación y retención de profesionales.

Principales objetivos de innovación

1. Eficiencia y ahorro de costes
2. Preparación de la organización para el futuro
3. Aumento de los ingresos
4. Uso de la IA y la IA generativa para transformar la organización
5. Mejora de la experiencia del cliente o los ciudadanos

Principales desafíos de la innovación

1. Carencia de los profesionales idóneos con los conocimientos y competencias necesarios
2. Preocupación por la ciberseguridad y la privacidad de los datos
3. Falta de presupuesto y de capacidad para invertir debido a la recesión económica
4. Carencia de los recursos idóneos para gestionar el panorama normativo, que no deja de evolucionar
5. Entorno tecnológico obsoleto o demasiado complejo

Principales ámbitos en los que mejorar

1. Inversión en tecnología moderna y ampliable
2. Relación estrecha entre los responsables empresariales y de TI
3. Adopción de un enfoque basado en los datos
4. Fomento activo de una cultura innovadora
5. Adopción de un proceso de innovación conocido para toda la empresa y fomento de innovaciones sostenibles medioambientalmente (empate)

La IA generativa es el nuevo acelerador de la innovación

Un método que permite a las organizaciones abordar los desafíos de la innovación es la adopción de la IA generativa. A diferencia de los primeros modelos de IA, la IA generativa es capaz de comprender el contexto, generar resultados creativos y adaptarse a tareas diversas sin programación explícita para ello. Es alentador saber que el 81 % de los encuestados coinciden en que la IA y la IA generativa transformarán significativamente su sector, y el 82 % coinciden en que la colaboración entre personas y máquinas será más estrecha en los próximos 5 años.

Pensando a nivel personal, los encuestados creen que la IA generativa mejorará su productividad en el trabajo y les ayudará a encontrar información a la que, de otro modo, no habrían podido acceder. Además, se ha identificado que las organizaciones deberían priorizar el uso de la IA generativa en los ámbitos de las interacciones con los clientes, la mejora de la productividad de los desarrolladores y la optimización de las operaciones de TI. Los ejecutivos de alto nivel y la gerencia ejecutiva también se esfuerzan por aplicar la IA generativa a fin de mejorar el impacto medioambiental.

No obstante, aunque la IA generativa presenta vastas oportunidades, esta tecnología revolucionaria también crea desafíos únicos. Las organizaciones tienen dificultades para preparar a los empleados, obtener y utilizar la infraestructura de datos idónea, y comprender sus limitaciones y las preocupaciones de seguridad y éticas.

El equipo de TI es su socio estratégico

Para garantizar que la innovación sea un éxito, los responsables de la toma de decisiones empresariales y de TI deben colaborar. Sin embargo, pese a que mejorar su relación se cita como el segundo ámbito en el que fomentar la innovación, no es tan fácil como parece. Solo 4 de cada 10 BDM consideran que sus homólogos de TI sean socios empresariales importantes.

Es posible que los BDM se basen en asunciones falsas, como:

- Se percibe una brecha en la comunicación entre el departamento de TI y el resto de la organización.
- Se percibe una falta de tiempo por parte del departamento de TI.
- Se percibe la mentalidad tradicional de que el equipo de TI "se ocupa del mantenimiento".

A pesar de que:

43 % de los ITDM afirman que los BDM podrían comunicarse más a menudo con los equipos de TI.

Solo el 22 % indican que la falta de tiempo es un desafío personal que frene la innovación.

Si los ITDM y los BDM se unieran, crearan una visión compartida y desarrollaran un enfoque unificado, los objetivos de innovación podrían cumplirse de forma más eficiente y holística.

Desarrollo del músculo de la innovación, con nosotros

Desarrollar un músculo de la innovación fiable no puede lograrse de forma aislada ni mediante iniciativas puntuales. Si desarrollan una colaboración estrecha, periódica y estratégica entre los responsables empresariales y de TI, las organizaciones pueden coordinar mejor su personal, procesos y tecnologías, y aprovechar las oportunidades con mayor repercusión. Su empresa no está sola. Si cuenta con Dell Technologies como catalizador de la innovación, superará los obstáculos que le frenan, descubrirá nuevas posibilidades y acelerará la rentabilización. Juntos, convertiremos las ideas en innovación, y la innovación en resultados.

Profundice más en cómo desarrollar el músculo de la innovación aquí y visite ***Dell.com/InnovatorDNA*** para obtener más información sobre los subsiguientes procedimientos recomendados para líderes en innovación centrados en capacitar a las personas y convertir los datos en información.

Fuente: Estudio "Innovation Catalysts", Dell Technologies, febrero de 2024.

Copyright © 2024 Dell Inc. o sus filiales. Todos los derechos reservados. Dell Technologies, Dell y otras marcas comerciales son marcas comerciales de Dell Inc. o sus filiales. El resto de las marcas pueden ser propiedad de sus respectivos titulares.