

La “uberización”, principal preocupación de los directivos a nivel mundial

Madrid - 04 nov 2015: La disrupción que supone la aparición de nuevos competidores hasta ahora inusuales en el mercado --una tendencia conocida como “uberización”-- se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los directivos, según las conclusiones de un estudio elaborado por IBM (NYSE: IBM). En solo dos años, el porcentaje de directivos que espera enfrentarse a competidores ajenos a su propio mercado ha pasado de un 43% en 2013 a un 54% en la actualidad.

Para elaborar el estudio, denominado “Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study” [“Redefiniendo los límites: la visión de la alta dirección a nivel mundial”], se han realizado más de 5.200 encuestas a presidentes, directores generales, directores financieros, directores de marketing y directores de tecnología, así otros perfiles directivos de empresas públicas y privadas en un total de 21 sectores de más de 70 países, entre ellos España.

El informe, realizado por el Institute for Business Value de IBM, revela que los directivos esperan que la convergencia de la industria sea el factor que más afecte a su empresa en los próximos tres a cinco años y que las empresas más competitivas dan mayor prioridad a las capacidades cognitivas que el resto del mercado. En este sentido, los directivos de las empresas con mejores resultados son, a su vez, los más proclives a apostar por las tecnologías cognitivas como arma diferencial: un 24% más que el resto. El estudio recomienda que las empresas utilicen el análisis predictivo y cognitivo como ayuda para pronosticar con mayor seguridad lo que puede suceder y obtener así una ventaja sobre sus competidores.

Nuevos competidores inusuales en el mercado

Hasta ahora, el principal riesgo para las empresas solía ser la aparición de un nuevo competidor con un producto mejor o más barato, resultando relativamente sencillo cambiar de estrategia para afrontar el desafío. Hoy en día, sin embargo, los negocios más consolidados se están viendo amenazados por empresas de un tamaño más reducido, más ágiles -al no cargar con infraestructuras heredadas- y con modelos de negocio completamente distintos.

El 48% de los directivos admite la necesidad de una toma de decisiones más descentralizada. El 54% espera conseguir ser más innovador gracias a fuentes externas y el 70% prevé ampliar su red de socios comerciales.

Hacer un uso real de la opinión de los clientes

Muchos de los directivos entrevistados admiten abiertamente que pueden tener dificultades para identificar a tiempo sus próximos desafíos. Aun así, cuando se trata de explorar nuevas tendencias y tecnologías, solo la mitad de los entrevistados está teniendo en cuenta las opiniones de los clientes. Y todo ello, a pesar de que ya en el Estudio Global C-suite 2013 de IBM, el 60% de los CEOs afirmaba que tenía previsto involucrar a sus clientes en sus procesos de retroalimentación o feedback y que pensaban aplicar proactivamente lo que averiguasen para modificar sus pautas empresariales. Dos años después, sigue siendo una brecha que aún no se ha cerrado.

Por ese motivo, el estudio de 2015 concluye que la mayoría de los directivos tiene pensado cambiar la forma en que sus organizaciones se relacionan con los clientes. El 66% de ellos espera centrarse en los clientes como individuos -un 22% más que en 2013-, y el 81% tiene previsto buscar una interacción más digital con ellos, lo que supone un incremento del 19% con respecto a hace dos años.

La importancia y los riesgos de la tecnología

Según los resultados de los tres últimos estudios "C-suite" elaborados por IBM, los CEOs consideraban la tecnología como uno de los principales factores externos de cambio. Ahora, por primera vez y para todos los directivos, con independencia de su cargo, la tecnología es la fuerza externa más importante que afecta a su empresa. Los directivos creen que el cloud computing, las soluciones de movilidad, el Internet de las Cosas y las tecnologías cognitivas son las tendencias que tienen una mayor probabilidad de transformar sus empresas. En lo que se refiere a los riesgos, hace dos años la seguridad tecnológica ocupaba un lugar bajo en la lista de preocupaciones. Ahora, para el 68% de los entrevistados la seguridad tecnológica es el riesgo empresarial número uno.

Sobre el estudio

El actual estudio global C-suite es el décimo octavo en la serie de estudios C-suite elaborados por IBM. La Compañía ha llevado a cabo su estudio a más de 5.200 directivos en todo el mundo a través de su equipo global de consultores y especialistas en estrategia empresarial, científicos de datos y estadísticos. También se ha utilizado IBM Watson Analytics para deducciones adicionales de más de 7.600 respuestas abiertas.

Puede acceder al estudio completo de IBM aquí.

Para más información acerca del Institute for Business Value de IBM visite <http://www.ibm.com/iibv> o descargue la aplicación móvil para Android o iOS.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>