

**Manual de
planificación
estratégica para
ejecutivos de TI**



Las 5 buenas prácticas probadas esenciales para una planificación estratégica efectiva

Los buenos resultados que obtengas en determinadas fases será lo que diferenciará tu plan estratégico como impulsor efectivo.

Estas cinco acciones son especialmente importantes y, para ponerlas en práctica, necesitas disponer de herramientas en cada fase que te permitan obtener datos e información clave, tanto para ti como para compartirlos con las partes interesadas:

- 1 Verifica el contexto empresarial.** Confirma la misión y los objetivos de la empresa, y alinea las metas de tu departamento con las partes interesadas del equipo directivo.
- 2 Evalúa la capacidad de tu departamento** para alcanzar los objetivos y elabora un plan para resolver las carencias detectadas que puedan reducir tu efectividad.
- 3 Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales** para priorizar las mejores decisiones en términos de coste, dotación presupuestaria e inversión, a fin de favorecer las iniciativas que puedan resultar más eficaces y posponer las menos prometedoras.
- 4 Elige la forma de medir el progreso.** Selecciona valores e indicadores que permitan demostrar los avances que estás consiguiendo en las acciones asumidas.
- 5 Documenta tu estrategia** —a ser posible en una sola página— para exponer, de forma sencilla y clara, en qué estado se encuentra el departamento, a qué estado aspiras que llegue y cómo lo conseguirás.

El **68 %** de los CEO buscan alguna estrategia que integre el trabajo de humanos y máquinas, incluidos los agentes de IA y la robótica, para impulsar la productividad y el rendimiento.

Fuente: Encuesta de CEO 2025: el año de las capacidades dinámicas



Herramientas y marcos que ofrece Gartner

1

Verifica el contexto empresarial

- Guía de conversación con los socios comerciales
- Marco para determinar el alcance de las tendencias emergentes
- Preparación para la planificación de escenarios hipotéticos

2

Evalúa las capacidades de tu departamento

- Herramienta de puntuación de las capacidades

3

Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

- Análisis comparativo de presupuestos
- Marco de optimización de costes
- Herramienta Gartner BuySmart™
- Guía de colaboración con el CFO

4

Mide tu progreso

- Guía de selección de indicadores
- Gartner Digital Execution Scorecard™

5

Documenta tu estrategia

- Plantillas de planificación estratégica

1. Verifica el contexto empresarial

Identifica y verifica las prioridades de la empresa y de tus socios comerciales.


En primer lugar, asegúrate de tener un buen conocimiento de los objetivos de la empresa para poder elaborar un plan estratégico de tu departamento que respalde las ambiciones empresariales.

Documenta tanto el contexto empresarial como el impacto probable en tu departamento de estos factores:

- **Dentro** de tu departamento
- **Internamente** en la empresa
- **Externamente** en los clientes, inversores y en términos de ventaja competitiva

Estas son algunas herramientas clave para hacerlo:

- Una sencilla **guía de conversación** para enfocar tus interacciones con los socios comerciales.
- Marcos de **detección de tendencias** para fijarte en los impulsores de cambio, incluidos los que todavía queden lejos en el tiempo.
- Actividades de **planificación de escenarios hipotéticos** para alinear a los socios comerciales con tus hipótesis de futuro.

 **Recuerda:** Para que la planificación estratégica resulte efectiva también es fundamental que exista una relación productiva entre los responsables de departamento y el CFO (consulta la página 11 para obtener más información).

Conoce la estrategia y los objetivos de la organización

Estrategia organizativa

Meta organizativa 1

Meta organizativa 2

Meta organizativa 3

Algunas preguntas clave que plantearte:

- ¿Cuáles son los principales objetivos empresariales a uno, dos y cinco años vista?
- ¿Cuáles son las estrategias centrales de la organización para alcanzar dichos objetivos?
- ¿Cómo ha planificado la organización llevar a cabo dichas estrategias?
- ¿A qué retos se enfrenta actualmente la organización?



1. Verifica el contexto empresarial

Guía de conversación para obtener la perspectiva de los socios comerciales y alinear objetivos (plantilla)

Preguntas acerca del área del socio comercial	Notas de la respuesta del socio comercial
¿Cuáles son tus principales objetivos empresariales y sus consiguientes metas para los próximos dos a cinco años?	
¿Cuáles son tus principales estrategias? ¿Cómo has planificado ejecutar dichas estrategias?	
¿Qué dirección van a tomar la línea principal de productos, la cadena de suministro, las ofertas de servicios, etc.?	
¿Cómo evaluarás el éxito de tu departamento? ¿Qué indicadores vas a utilizar para medirlo?	
¿Cuáles son los principales factores para un éxito continuado o interrumpido de tu departamento a largo plazo?	
¿Con qué grandes obstáculos se encontrará la unidad de negocio en el camino hacia estos objetivos?	



1. Verifica el contexto empresarial

Marco para determinar el alcance de las tendencias emergentes que plantean riesgos y oportunidades

Ningún director ejecutivo es capaz de predecir el futuro, pero adoptar un enfoque deliberado de detección de tendencias ayuda a preparar una respuesta.

Utiliza una estructura, como el “tapiz de tendencias” (TPESTRE) de Gartner, para preparar tu respuesta a cambios disruptivos y escenarios de futuro plausibles. Algunos aspectos clave que debes tener en cuenta son la presencia de tu organización (en un mercado o en un sector) y sus puntos de apoyo (las oportunidades estratégicas para expandirse).



La presencia incluye:



- **La base de clientes:** el conjunto establecido de clientes fieles.
- **Las instalaciones operativas:** plantas de fabricación, centros de distribución, infraestructura o cadenas de suministro.
- **La reputación de la marca:** cómo se percibe tu organización en el mercado.

Los puntos de apoyo incluyen:



- **Los proyectos piloto y de innovación:** las pruebas de nuevas ofertas con nuevas tecnologías emergentes.
- **Las asociaciones** para conocer mejor el mercado.
- **Las adquisiciones** para expandir la presencia.
- **Las campañas de marketing dirigidas:** la calibración del interés por un nuevo producto o servicio en los nuevos mercados.

Fuerzas y tendencias que afectan al futuro de tu organización

Tecnológicas: evolución, impacto y cambio disruptivo de los avances tecnológicos.

Políticas: actitudes, instituciones y leyes que modifican el entorno político.

Económicas: factores del entorno económico local y mundial que influyen en las empresas y los gobiernos.

Socioculturales: actitudes, comportamientos y estilos de vida de las personas y los colectivos de la sociedad.

Fiduciarias y éticas: expectativas, comportamientos, deberes y sesgos éticos de las personas y las empresas entre sí mismas y con la sociedad.

Normativas y legales: cambios en las leyes y en las políticas y normativas gubernamentales para recompensar o sancionar determinados comportamientos.

Medioambientales: cambios técnicos, políticos, económicos, culturales, éticos y legales en apoyo de la protección del medioambiente y la sostenibilidad.

Fuente: Gartner



Marco para preparar la planificación de escenarios hipotéticos

Para una buena planificación de escenarios hipotéticos, primero debes identificar las tendencias con más opciones de plantear riesgos y oportunidades importantes.

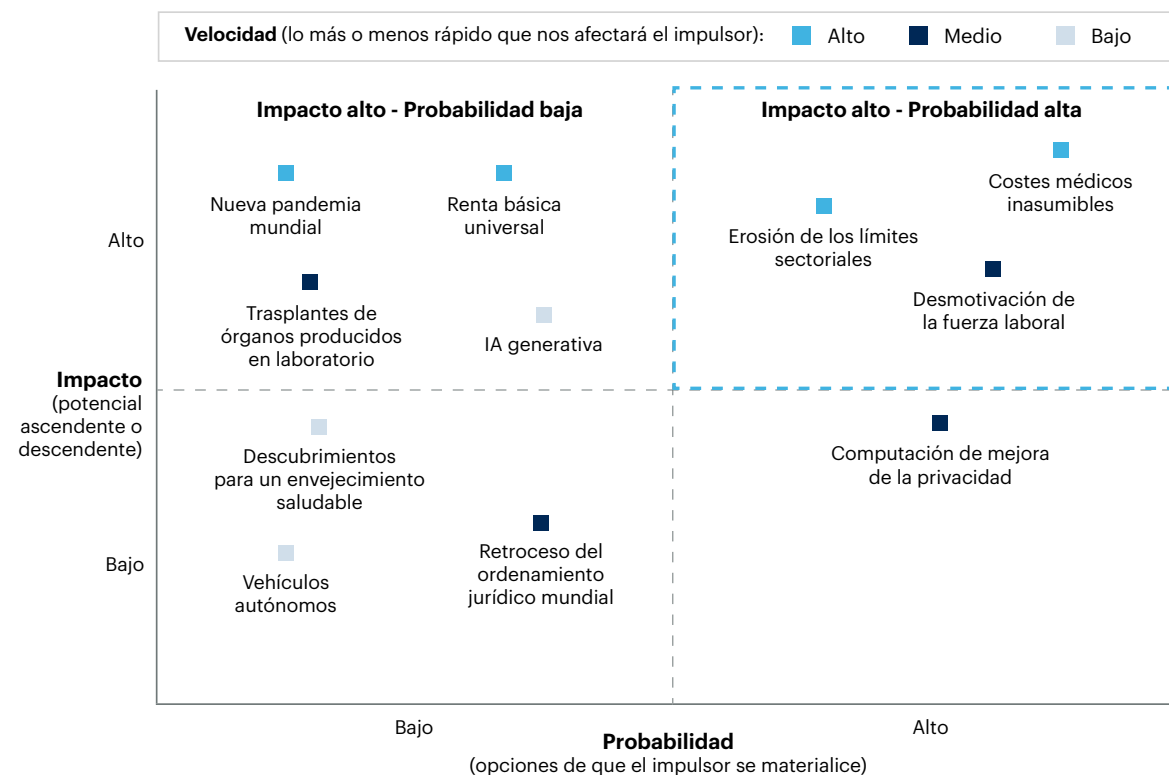
Sigue estas prácticas:

- Llega a un consenso con respecto a las tendencias con un grupo diverso de socios comerciales.
- Prioriza las tendencias según su importancia relativa (utiliza herramientas como esta sencilla tabla 2 x 2).

A partir de esto, categoriza y relaciona las tendencias entre sí para desarrollar los escenarios. Crea un relato para cada escenario a fin de probar su aparente credibilidad y viabilidad.

Los planes estratégicos deben incluir acciones alineadas con los escenarios que consideres más urgentes.

Prioriza las acciones en función de los escenarios más importantes



Fuente: Gartner

2. Evalúa las capacidades de tu departamento

Determina si tu departamento está bien preparado para la consecución de la estrategia.

Para garantizar que la estrategia tenga unos resultados óptimos, es fundamental evaluar cuál es la función de tu departamento dentro de la empresa y si la está desempeñando bien.

Esta evaluación deberá cambiar a medida que evolucione la estrategia de la empresa.

En tu ciclo de planificación estratégica, recuerda llevar a cabo una evaluación de las capacidades de tu departamento poco después de verificar la estrategia empresarial, lo que te ayudará a definir una hoja de ruta para mejorar tu eficacia.

Es importante evaluar tanto la disponibilidad de las capacidades existentes como su madurez. Adopta un enfoque riguroso usando una metodología como la herramienta Gartner Score.

Mide lo siguiente:

- El **rendimiento actual** en todos los objetivos y actividades clave que suelen pertenecer al ámbito de tu departamento.
- Tu grado de **madurez** en diferentes actividades, según una escala fácilmente comprensible que permita la comparación entre cada actividad y frente a los niveles de las buenas prácticas.
- La **trascendencia de las actividades**, según una sencilla escala, para que puedas centrarte en lo que necesita tu departamento si quiere contribuir a la estrategia empresarial.

Esta evaluación tiene por objeto definir el recorrido que debe seguir cada actividad esencial para alcanzar la madurez.



¿Lo sabías?

Si eres cliente de Gartner, puedes personalizar las herramientas de evaluación Score para tu departamento y revisar los resultados y planes de acción con tu socio ejecutivo. **Contacta hoy mismo con uno de nuestros especialistas** y obtén más información sobre esta herramienta y el apoyo que Gartner te puede ofrecer en tus iniciativas estratégicas.



2. Evalúa las capacidades de tu departamento

Realiza un análisis comparativo de la madurez, las carencias detectadas en las capacidades y las formas de mejora de tu departamento

Gartner IT Score para CIO es una herramienta de evaluación de la madurez para medir la eficacia del modelo operativo de tecnología e información (T+I) según la ambición digital de la empresa.

Gartner IT Score para CIO puede informar a los responsables de TI sobre lo siguiente:

- **Nivel de madurez actual:** comprende si el rendimiento del Departamento de TI es bueno en su estado actual y para unos niveles de madurez más altos, y si el rendimiento de T+I es bueno en su estado actual en toda la empresa.
- **Nivel de madurez objetivo:** identifica qué nivel de madurez quieres alcanzar según la ambición digital de tu empresa.
- **Transformación de la madurez:** apoya la planificación a corto y largo plazo identificando claramente los próximos pasos para mejorar los niveles de madurez.



[Obtén más información](#) sobre Gartner IT Score ahora.

Gartner IT Score puntúa la madurez en función de la actividad

Extracto de ejemplo

Implica a los responsables y a las partes interesadas de la empresa 3-	Elabora la estrategia y la planificación 3-	Aplica el liderazgo tecnológico e innova 3-
Comercializa las capacidades de TI 2	Determina el alcance de la estrategia y la visión 2+	Aplica el análisis e innova 3+
Evalúa y gestiona la demanda empresarial 3	Desarrolla la estrategia 2+	Optimiza el modelo operativo de TI 3-
Establece una postura de implicación de TI 3	Comunica la estrategia 3+	Aprovecha la tecnología 2
Contribuye al cambio organizativo 3		Desarrolla la hoja de ruta tecnológica 2+
Posibilita las capacidades de TI de la empresa 3+		Perfecciona la capacidad de entrega de TI 2+
		Sostiene y desarrolla la cultura de TI 3

Madurez alta
 Madurez baja
 Madurez media
 Sin evaluar

Fuente: Gartner

3. Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

Los responsables de departamento se enfrentan a las exigencias actuales de lograr más con menos presupuesto.

Los ejecutivos de TI se enfrentan a nuevos retos en la gestión presupuestaria —y en la búsqueda de financiación— a medida que muchas organizaciones cambian su enfoque para impulsar el crecimiento con la productividad y la eficiencia.

El resultado final es que se exige a los responsables de departamento lograr crecimiento a un coste menor. Esto significa obtener la máxima eficiencia posible del personal, las tecnologías, los flujos de trabajo y los procesos, implementando los recursos de la forma más productiva.

Los responsables de departamento necesitan herramientas y una mentalidad estratégica para aplicar tres buenas prácticas de gestión de costes en este entorno:

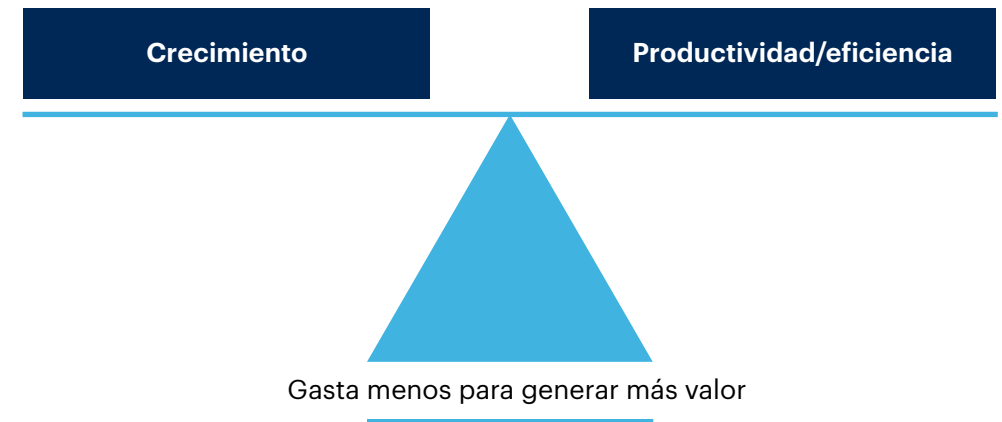


1. **Reasigna la financiación** para destinarla a inversiones de alto potencial y no a las de bajo potencial.
2. **Financia las inversiones de crecimiento** mediante el ahorro de costes en actividades menos importantes.
3. **Destina los fondos no asignados** a respaldar inversiones de crecimiento en función de la necesidad.

La principal prioridad empresarial de los CEO es el **crecimiento**. Se centran en generar ingresos por ventas, expandirse geográficamente y ganar dimensión empresarial. El 27 % de los CEO consideran que la principal estrategia de crecimiento es la expansión y diversificación del mercado.

Fuente: Encuesta de CEO 2025: el año de las capacidades dinámicas

Cuando el crecimiento es limitado, se pone el foco en la productividad/eficiencia



Fuente: Gartner



3. Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

Guía para determinar el punto de vista del CFO a fin de mejorar la colaboración

Lo primero que deben hacer los responsables de departamento que quieran entablar conversaciones productivas con su CFO es conocer mejor su puesto, sus prioridades y su enfoque.

Este conocimiento te ayudará a crear un relato de valor y a adaptarlo para el CFO cuando busques financiación e inversiones. Puedes personalizarlo con indicadores específicos de tu organización o sector.

El puesto del CFO de un vistazo (ejemplo)

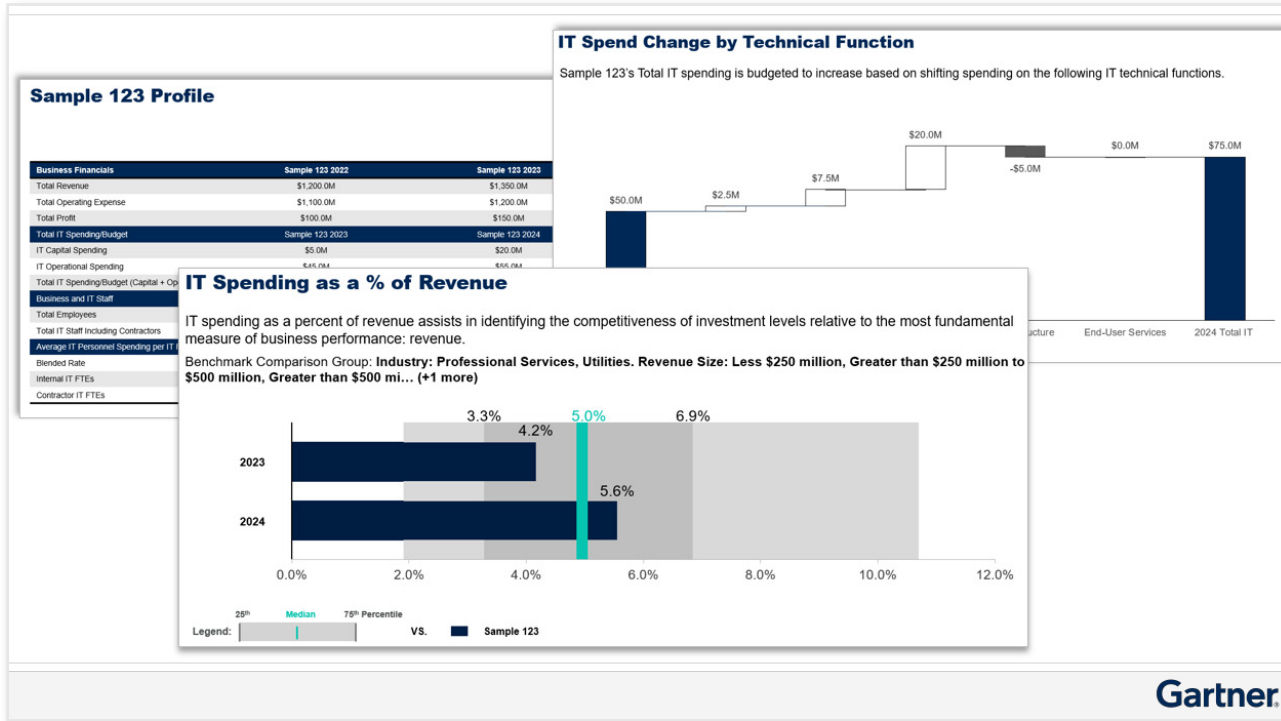
	Descripción	Indicadores de éxito para los CFO
Misión	Orientar y proteger el rendimiento financiero de la empresa	
Objetivos principales	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento o mantenimiento de la rentabilidad y la eficiencia operativa• Gestión eficaz del efectivo• Mejora de las capacidades financieras (tanto en términos de tecnología como de habilidades)• Aprovechamiento del valor del análisis de datos para la empresa• Mejora de la obtención de valor y la rentabilidad de las inversiones	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento<ul style="list-style-type: none">– Ingresos y márgenes• Rendimientos del capital<ul style="list-style-type: none">– Rendimiento del capital invertido (ROIC)– Valor económico añadido (EVA)• Objetivos de optimización de costes• Ciclo de conversión de efectivo• Valor para los accionistas<ul style="list-style-type: none">– Confianza de los accionistas– Rendimiento de las acciones• Otro(s) indicador(es) específico(s) del negocio
Actividades clave	<ul style="list-style-type: none">• Consigue fondos y define la estrategia para cumplir las aspiraciones de crecimiento• Asigna el capital de manera eficaz para lograr los objetivos• Haz un seguimiento del rendimiento corporativo• Gestiona los riesgos empresariales imperativos	

Fuente: Gartner



3. Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

Realiza un análisis comparativo del presupuesto y la eficiencia de tu departamento con los de otras empresas del sector



¿Lo sabías?

Si eres cliente de Gartner, tendrás acceso a un sólido paquete de herramientas que puedes usar para los análisis comparativos del presupuesto y la eficiencia de tu departamento. **Contacta hoy mismo con uno de nuestros especialistas** y obtén más información sobre estos potentes análisis comparativos y cómo Gartner puede ayudarte a gestionar el coste de TI y a identificar oportunidades de optimización de costes y valor.



3. Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

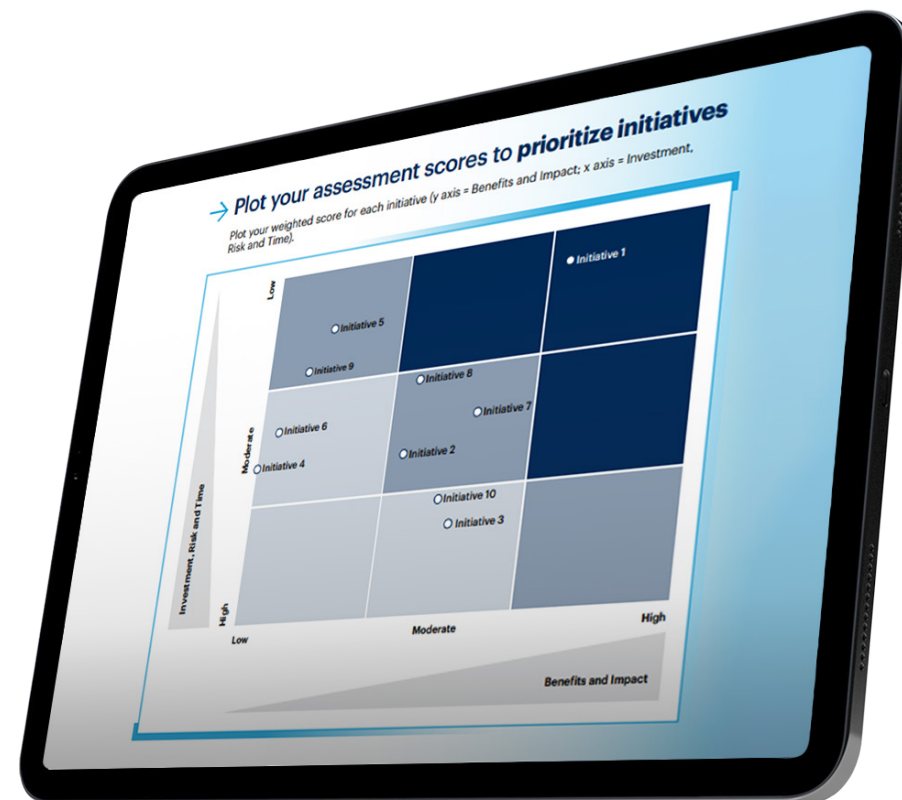
Marco para analizar el valor relativo de tus iniciativas de costes

Para optimizar los costes de manera estratégica y productiva (en lugar de limitarte a recortarlos), debes conocer qué impulsa los costes, qué costes se asocian con las capacidades de diferenciación (es decir, los impulsores de valor) y cuáles son tus ROI.

La optimización de costes estratégica no suele tener éxito si faltan estos tres elementos:

1. Un marco de gestión de costes estandarizado.
2. Un conocimiento compartido de las relaciones entre coste y valor.
3. Una definición coherente del éxito que no se limite al ahorro de costes.

Utiliza una estructura como el **marco de optimización de costes de Gartner** para perfeccionar y visualizar tus ideas de optimización de costes según el nivel de beneficio, coste, riesgo y viabilidad, a fin de ofrecer a las partes interesadas plena visibilidad sobre los méritos relativos de implementar el gasto.





3. Gestiona estratégicamente los presupuestos departamentales

Herramienta para evaluar las decisiones tecnológicas y comprar con más confianza

El proceso de planificación estratégica suele poner de manifiesto la necesidad de adquirir nueva tecnología o evaluar la eficiencia de la existente y utilizada en toda la organización. Puedes simplificar el camino de tu equipo hacia unas mejores decisiones sobre tecnología haciendo uso de los conocimientos de Gartner, reconocidos en el sector.

- **Descubre** una amplia gama de posibles soluciones de proveedores de tecnología, con la ayuda de información especializada de expertos y otros profesionales del sector, además de plantillas de evaluación.
- **Evalúa** las opciones a tu disposición utilizando requisitos, cuestionarios, tarjetas de puntuación y otros instrumentos visibles para todo el equipo y elegidos por el propio equipo.
- **Selecciona** los proveedores utilizando tus puntuaciones agregadas del equipo para eliminar los sesgos y aclarar las decisiones.
- **Optimiza** tu gasto y reduce los riesgos con la revisión de propuestas de un experto de Gartner.

[Contacta con uno de nuestros especialistas hoy mismo](#) y obtén más información sobre esta herramienta y cómo Gartner puede ayudarte a allanar el camino de tu equipo hacia la toma de mejores decisiones tecnológicas.

The screenshot displays the 'CRM for Sales Group' interface. The top navigation bar includes 'OVERVIEW', 'CHECKLIST', 'REQUIREMENTS', 'VENDORS', 'QUESTIONNAIRE', 'SCORECARD', and 'SELECTION'. The 'SCORECARD' tab is active, showing a comparison of vendor scores for three vendors: ATTA, Cumulus, and Windmill. The scorecard table is as follows:

	ATTA	Cumulus	Windmill
Vendors (3)	Score vendor	Score vendor	Score vendor
Scorecard Compare vendor scores for your published requirements. Need to make changes?	95 / 100 Complete	88 / 100 In progress	No score Not started
Functional requirements	79	79	—
Technical requirements	91	—	—
	84	84	—
	90	—	—
	79	79	—

Below the scorecard, a 'Vendor Evaluation' checklist is visible, listing the following steps:

- Finalize vendor selection (Completed)
- Negotiate contract (In Progress)
- Execute contract (Completed)
- Onboard vendor (In Progress)

4. Mide tu progreso

Identifica los indicadores que mostrarán si tu plan funciona.

Utiliza indicadores para evaluar el rendimiento de tu departamento y su progreso hacia la consecución de la estrategia.

Es importante comprender la diferencia entre las medidas (resultados comerciales observables que muestran si tus planes de acción funcionan) y los indicadores (los datos que cuantifican esas medidas).

Para elegir unos indicadores significativos:

- Céntrate en su alineación con las prioridades estratégicas.
- Evita que tu lista incluya demasiados indicadores o sean excesivamente complejos; límitala a unos pocos indicadores sencillos y SMART.
- Combina los indicadores según sea necesario para las diferentes dimensiones del negocio (por ejemplo, clientes, operaciones, capital humano).
- Identifica qué indicadores van a desencadenar las medidas específicas predeterminadas por tu plan estratégico.

Deberás reformular tu plan estratégico según cambien las condiciones comerciales; asegúrate de volver a alinear tus medidas e indicadores en consecuencia.

Independientemente de los que elijas, deben ser indicadores SMART (por las iniciales de sus términos en inglés):



Specificity (especificidad)

El indicador es lo bastante pormenorizado para el objetivo que mide.



Measurability (mensurabilidad)

El indicador puede medirse con una facilidad y una precisión razonables.



Actionability (accionabilidad)

El indicador puede dar lugar a acciones para mejorar el rendimiento.



Relevance (importancia)

El indicador se corresponde con los objetivos generales.



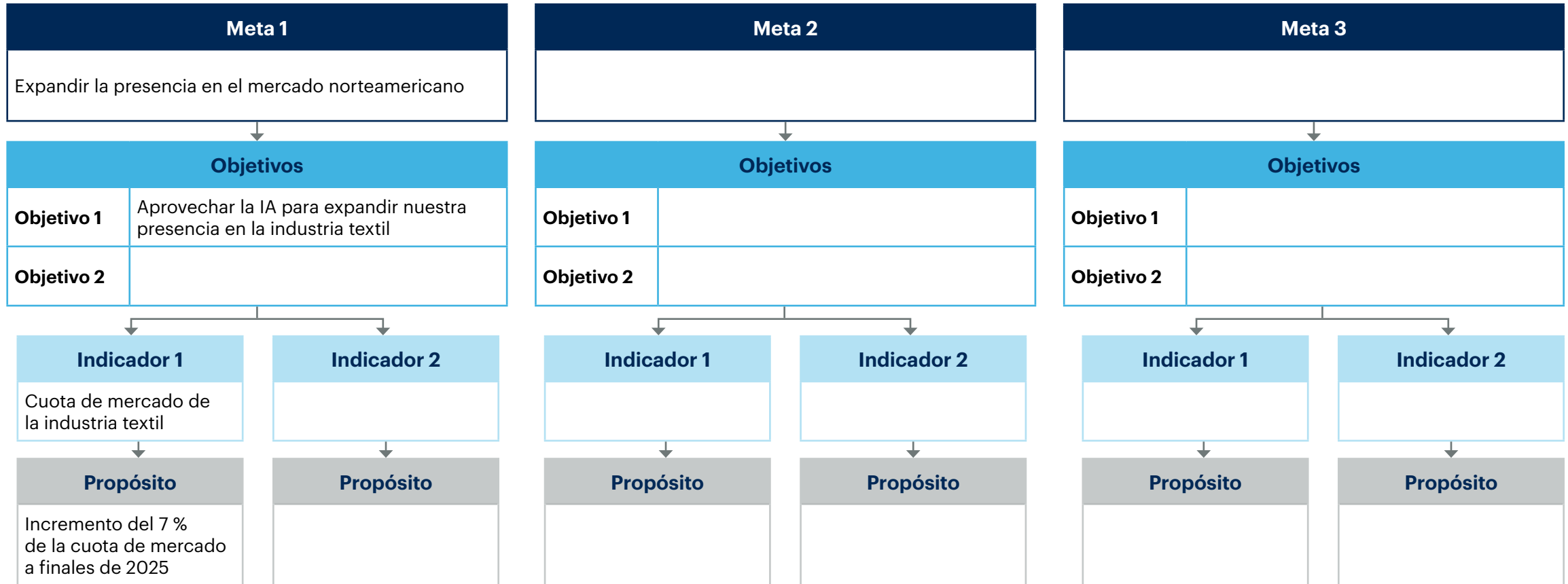
Timeliness (oportunidad)

El indicador proporciona alertas tempranas sobre los riesgos inminentes o las carencias en el rendimiento.



4. Mide tu progreso

Guía para la selección de indicadores que midan tu progreso hacia la consecución de las metas (ejemplo)





4. Mide tu progreso

Utiliza la Gartner Digital Execution Scorecard™ para realizar un análisis comparativo de tu rendimiento digital

Cohesionar la alta dirección y el Consejo de Administración con un lenguaje común es fundamental para llevar a cabo con éxito tu plan estratégico. La [Gartner Digital Execution Scorecard™](#) ofrece a los CIO y a los altos ejecutivos de tecnología un exhaustivo conjunto de análisis comparativos de estrategia digital para acelerar la toma de decisiones e impulsar la ejecución. Esta potente herramienta se ha concebido para lo siguiente:

- **Medir** tus resultados con respecto a cinco prioridades digitales que, según el estudio de Gartner, son preferentes para las empresas más productivas en el ámbito digital.
- **Identificar** las mayores diferencias entre tu rendimiento, tus objetivos y las iniciativas de otros profesionales del sector.
- **Priorizar** las iniciativas de TI en función de las prioridades estratégicas clave y de los 12 facilitadores digitales de un modelo operativo y una plataforma tecnológica.
- **Utilizar** imágenes atractivas predefinidas, análisis comparativos y pasos prácticos futuros para comunicar tu hoja de ruta de digitalización.

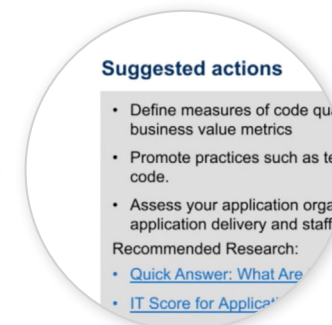
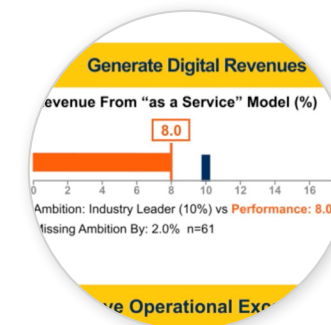
[Contacta con uno de nuestros especialistas hoy mismo](#) y obtén más información sobre Gartner Digital Execution Scorecard™.



Tus ambiciones seleccionadas



Descripción general del rendimiento



Resultados y recomendaciones

→ 5. Documenta tu estrategia

Presenta una descripción general de tu plan estratégico en una sola página para comunicarlo de forma simple y clara.

El plan estratégico define la hoja de ruta de las iniciativas y la cartera de inversiones que tu departamento pretende seguir para cumplir su compromiso de ejecutar la estrategia empresarial.

Al sintetizar el plan en una sola página, te será más fácil compartirlo, resumirlo y comunicarlo, y a los socios comerciales les será más fácil visualizarlo y entenderlo.

Las plantillas de una página tienen por objeto proporcionar un resumen de tu hoja de ruta estratégica; no pretenden sustituir el plan estratégico general.

Recuerda recoger en tu plantilla las iniciativas identificadas como parte del proceso general de planificación estratégica de tu departamento.

En la página siguiente se ofrece una imagen simplificada de un plan de una sola página de Gartner (y puedes usar la plantilla rellenable para tu planificación), pero ten en cuenta que cada departamento y organización deberá personalizar su diseño, sus elementos y el grado de detalle.



¿Lo sabías?

Si eres cliente de Gartner, podrás enviar documentos para que los revisen nuestros expertos, quienes los evaluarán y te ofrecerán comentarios y aportaciones sobre la plantilla estratégica.

Contacta con uno de nuestros especialistas hoy mismo y obtén más información sobre la ayuda que podemos ofrecerte.



5. Documenta tu estrategia

Plan estratégico de una página para facilitar la comunicación (ejemplo)

Objetivos empresariales	Capacidades de TI respecto a los objetivos empresariales	Acciones estratégicas	Hoja de ruta estratégica
			3T25 4T25 1T26 2T26
Crecimiento rentable	Gestión del canal digital	Desarrollo de interfaces de programación de aplicaciones API para posibilitar la integración de canales	Iniciativa 1 (3T25-1T26) Iniciativa 2 (4T25-2T26) Iniciativa 3 (4T25-2T26)
Excelencia operativa	Operaciones de almacén optimizadas (cumplimiento de pedidos)	Aumento de la automatización del almacén con la automatización de procesos robotizados (RPA)	Iniciativa 1 (3T25-1T26) Iniciativa 2 (4T25-2T26) Iniciativa 3 (1T26-2T26)
Experiencia del cliente	Compromiso con el cliente basado en datos	Creación de una plataforma de datos de clientes redimensionable y basada en la nube	Iniciativa 1 (4T25-2T26) Iniciativa 2 (3T25-2T26) Iniciativa 3 (1T26-2T26)
Excelencia de cumplimiento	Gestión de cumplimiento (p. ej., el RGPD)	Actualización de los controles de datos y la gestión de procesos	Iniciativa 1 (1T26-2T26) Iniciativa 2 (3T25-2T26) Iniciativa 3 (4T25-2T26)
Posibilita cambios e iniciativas			
<ul style="list-style-type: none"> Transición a un modelo de entrega centrado en el producto Identificación y ejecución de una prueba piloto para la entrega centrada en el producto 		<ul style="list-style-type: none"> Incremento de la capacidad de la infraestructura de la nube Actualización a la última versión de ERP 	Iniciativa 1 (3T25-1T26) Iniciativa 2 (4T25-2T26) Iniciativa 3 (1T26-2T26)
Dependencias y riesgos clave			Indicadores/KPI
<ul style="list-style-type: none"> Cambios en la capacidad de ventas del canal (marketing) Optimización del almacén (cadena de suministro) Codificación y clasificación de datos (riesgo corporativo) 		<ul style="list-style-type: none"> Iniciativas relacionadas con los datos de clientes (por ejemplo, ventas y finanzas) Entrega centrada en el producto (a través de múltiples departamentos) 	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento interanual en los pedidos del canal de distribución Reducción del tiempo de tramitación de los pedidos pendientes Incremento de la tasa de clics en las recomendaciones de productos Disminución interanual del número de problemas de cumplimiento Reducción del coste por usuario de ERP

Fuente: Gartner



5. Documenta tu estrategia

Presenta tu plan estratégico en una página (plantilla rellenable)

Escribe en los siguientes campos para rellenar el formulario interactivo.

Objetivos empresariales	Capacidades de TI/empresariales	Acciones estratégicas	Hoja de ruta estratégica			
			3T25	4T25	1T26	2T26
 Crecimiento rentable						
 Excelencia operativa						
 Experiencia del cliente						
 Excelencia de cumplimiento						

Posibilita cambios e iniciativas

Dependencias y riesgos clave	Indicadores/KPI
------------------------------	-----------------

Fuente: Gartner

Impulso de la transformación y la capacitación de la estrategia de TI de Yinson

Nombre de la empresa: Yinson

Sector: Energía y otros servicios básicos

Ingresos: 6.300 millones MYR

Empleados: Unos 2000



Principal prioridad estratégica

Una de las prioridades más urgentes de Yinson era desarrollar una hoja de ruta estratégica de TI que estuviera alineada con sus objetivos comerciales, además de mejorar sus capacidades de ciberseguridad para abordar los riesgos empresariales y los resultados de las auditorías de TI.



Cómo ha ayudado Gartner

Yinson pudo aprovechar toda la gama de herramientas y recursos para CIO de Gartner como complemento de los recursos internos de TI de sus propias oficinas internacionales. Estas fueron algunas de las herramientas:

- Evaluación IT Score para una valoración integral.
- Informes de investigación, manuales y mentalidad de liderazgo para la adopción de buenas prácticas.
- Conversaciones con expertos y revisiones de documentos para una orientación personalizada.
- Webinars y contactos con otros profesionales del sector para el intercambio de conocimientos.
- Tendencias y análisis comparativos sectoriales para una toma de decisiones informada.
- El director de la cuenta y el socio de éxito del cliente de Gartner prestaron apoyo personalizado a lo largo de todo el proceso.



Cita del cliente

“Gartner nos permitió aportar valor añadido al diseño de nuestra estrategia de TI. Sus oportunos conocimientos, informes de investigación y orientaciones nos ayudaron a acelerar la transformación, optimizar los procesos y ahorrar considerablemente en costes”.

Alex Tan, CIO del Grupo Yinson



Resultado

- **Optimización de departamentos y procesos:** se simplificaron la estrategia, la arquitectura empresarial y el modelo operativo, al mismo tiempo que se aprovecharon las buenas prácticas en términos de ciberseguridad, infraestructura, análisis de datos e IA.
- **Considerable ahorro de tiempo y costes:** la estrategia de TI y la hoja de ruta estratégica se desarrollaron internamente, lo que supuso un considerable ahorro de tiempo y costes en la búsqueda de diferentes proveedores o consultores.
- **La investigación y los expertos de Gartner:** mentalidad de liderazgo para respaldar un enfoque de planificación estratégica que tuvo una muy buena acogida entre los responsables de la empresa y de TI de toda la organización.

Gartner®

Asiste a una conferencia de Gartner y avanza en tu estrategia de TI

En una época de continuos cambios disruptivos, el papel del CIO evoluciona rápidamente. Los CIO deben amplificar su impacto para impulsar la TI más allá del departamento, asociándose con otros altos directivos para acelerar los modelos de negocio digitales, hacer posible el futuro del trabajo e impulsar el crecimiento empresarial.

Asiste a nuestras conferencias para CIO y descubre los conocimientos de primer nivel que te ayudarán a impulsar tus principales prioridades estratégicas.



No te las pierdas.

Consulta ya el calendario de conferencias y encuentra la conferencia perfecta para ti.

→ [Consulta el calendario](#)



Las conferencias de Gartner en cifras

Más de 460.000

agendas organizadas basadas en más de 460.000 interacciones con clientes al año

Más de 2.500

expertos que ofrecen investigación y consultoría individuales y exclusivas in situ

Más de 60.000

profesionales de negocios y tecnología de todo el mundo asisten cada año

Más de 1.000

proveedores de soluciones a la vanguardia de la tecnología

Información práctica y objetiva

Consulta estos recursos y herramientas adicionales para ejecutivos de TI:



Herramienta

Gartner para CIO

Descubre cómo podemos ayudarte a influir de forma medible en los resultados finales, demostrar el valor de la TI e impulsar los objetivos de la organización.

[Más información](#)



Herramienta

Modelo de madurez y hoja de ruta de IA

Evalúa objetivamente la madurez de la IA de tu organización, identifica áreas de progreso significativo y accede a los recursos más avanzados para crear tu hoja de ruta de IA con eficacia.

[Más información](#)



Marco

Marco de decisiones de optimización de costes

Consigue una optimización de costes estratégica con los conocimientos de Gartner. Descubre enfoques capaces de maximizar el valor, aumentar la eficiencia y conseguir un crecimiento sostenible.

[Más información](#)



Webinar

Tácticas poderosas para que los CIO logren apoyos para su plan estratégico de TI

Descubre qué tácticas puedes usar si quieres sumar apoyos y compromisos para tus planes de ejecución.

[Más información](#)

¿Ya eres cliente?

Obtén acceso a más recursos en tu portal de cliente. [Iniciar sesión](#)

Conecta con nosotros

Obtén conocimientos prácticos y objetivos que permitan una toma de decisiones más acertada y un mejor desempeño a la hora de abordar las principales prioridades estratégicas. Contacta con nosotros para hacerte cliente:

EE. UU.: +1 866 263 8917

Internacional: +44 (0) 3301 628 476

Hazte cliente

Obtén más información sobre Gartner para directores de sistemas de información (CIO)

gartner.es/es/director-de-sistemas-de-informacion

Recibe las últimas novedades

