
Comunicado de Prensa

Fecha: Lunes, 21 de septiembre de 2015

Contactos
Miriam Arrocha, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9232
e-mail: miriam.arrocha@pa.pwc.com

Michelle Muñoz, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9200 ext. 1501
e-mail: michelle.munoz@pa.pwc.com

Páginas 3

Cincuenta y seis por ciento de las compañías chinas invierten más del 10% de sus ganancias en tecnología digital

La Séptima Encuesta Anual de IQ Digital de PwC revela que las compañías en China confían en su comprensión sobre el valor de la tecnología digital y su posibilidad de entrelazarla en los tejidos de su organización. Ellos creen que tienen todo el apoyo que necesitan en términos de un CEO que domina lo Digital y las habilidades tecnológicas necesarias para ejecutar sus planes digitales. Están positivos sobre el despliegue de su tecnología: el 90% está de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación: “Evaluamos y planificamos proactivamente para enfrentar los riesgos de la seguridad y privacidad”.

También están invirtiendo un monto significativo en digital. Más de la mitad (56%) de las compañías encuestadas en China están asignando más del 10% de sus ganancias a las inversiones empresariales digitales; el 10% está invirtiendo más de un quinto parte de sus ingresos en digital.

Sin embargo, cuando se compara con el promedio global, los encuestados de China tienen menor confianza en torno al uso de la información: sólo un 32% está de acuerdo/muy de acuerdo con que “utilizan de forma efectiva la información que capturan” (vs. 65% de todos los encuestados). Consideran que la información de ubicación y la interacción móvil con el cliente es lo más importante para su competitividad; pero quizás no se está haciendo uso adecuado de otras y nuevas fuentes de información, como tal, información de redes sociales, información de aplicaciones basadas en la nube y el Internet de las Cosas, e información de sensores, los cuales pueden proveer mayor valor y ventaja competitiva.

Existen muchas áreas en donde los resultados de China difieren de los resultados globales, y por lo tanto, en donde los líderes de negocios en China pudieran considerar si un enfoque alternativo obtendría un mayor valor. Las ideas claves de diferencia son las siguientes:

- **Inversiones comerciales digitales.** Los líderes de los negocios en China están invirtiendo la mayor proporción de sus presupuestos digitales en la tecnología de la información y el mercadeo. Globalmente, las compañías también están invirtiendo en la tecnología de la información y el mercadeo, sin embargo, están utilizando más de su



presupuesto digital que China en áreas tales como servicio al cliente, operaciones y funciones dentro de la empresa (tales como RRHH, finanzas, riesgos, cumplimiento). La mayoría de los encuestados de China están invirtiendo menos del 10% de sus presupuestos de digital en estas áreas.

- **Competencias básicas fundamentales** (lo más importante para sus negocios). Los encuestados en China tenían muchas más probabilidades de identificar el Diseño y Arquitectura de Tecnología como la habilidad digital más importante (76% vs 40% global). Mundialmente, las compañías están dando mayor importancia a las habilidades de análisis de información (46% vs 35% en China).
- **Adoptar tecnologías nuevas y emergentes.** La mayoría de las compañías en China utilizan un enfoque orientado a la tecnología (68%). Evalúan diversas, nuevas y emergentes tecnologías que pudieran tener un impacto en el desempeño de su negocio. Son menos propensos que el promedio global (18% vs 30%) a caracterizar su enfoque como orientado al negocio (por ejemplo, tener un enfoque proactivo y sistemático para filtrar tecnología basado en criterios de negocios definidos).
- **Explorar y actuar basados en innovación tecnológica de alta prioridad.** Para las compañías en China, la principal forma de explorar y actuar con respecto a las innovaciones tecnológicas disruptivas y emergentes de alta prioridad es a través de la contratación de terceras partes (40% vs 26%). Globalmente, las compañías son tres veces más propensas que en China a utilizar un grupo de innovación o laboratorio dedicado para explorar la innovación tecnológica de alta prioridad.

Dan DiFilippo, líder de análisis e información global y de PwC Estados Unidos, dice:

“Cada vez más, los líderes de negocios alrededor del mundo necesitan evolucionar su definición de digital y enfocarse en ser más orientados al negocio para hacer la transición del enfoque tradicional de TI y la tecnología. Ir hacia una definición más dinámica y comprensiva de lo digital, con un mayor enfoque en las actividades tecnológicas dirigidas a clientes, logrará un mayor valor.”

Scott Likens, líder de análisis e información de PwC China dice:

“Los negocios en China tienen una gran oportunidad de tomar la delantera en el escenario mundial en lo que respecta a la tecnología digital. Tienen una inversión sólida en TI y una buena base de habilidades digitales, lo que les dará una excelente plataforma para el futuro desarrollo”.

Sobre la encuesta

La Séptima Encuesta Anual de IQ Digital de PwC será lanzada globalmente el 30 de septiembre de 2015 (<http://www.pwc.com/digitaliq>). La encuesta incluye 1,836 encuestados de más de 50 países, cubriendo una amplia gama de sectores de la industria.

Sobre PwC

Las firmas PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas con más de 195,000 personas en 157 países, comprometidos en



brindar calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted y encuentre más información visitándonos en www.pwc.com/interamericas.

PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembros, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver www.pwc.com/structure para más detalles.

© 2015 PwC. Todos los derechos reservados.