

QUADRANTE MÁGICO DE GARTNER

¿Qué es?

Gartner está considerada una de las empresas consultoras y de investigación de las tecnologías de la información más importantes a nivel mundial. Se dedica de forma exclusiva a investigar y analizar las tendencias del mercado. Cada año, se publica el Cuadrante Mágico de Gartner, que incluye las empresas TIC más relevantes a nivel internacional.

Esta herramienta se publica anualmente y es esperada por empresas con necesidades TIC como guía para elegir los productos que mejor se adaptan a sus necesidades. Además, los proveedores de las mismas quieren estar en el gráfico de las entidades más relevantes del panorama tecnológico, y hacerlo en una posición acorde a sus planteamientos de venta. Como veremos, el modelo Gartner permite establecer una comparativa rápida entre empresas tecnológicas, su desarrollo y evolución.

Este cuadrante nos ayuda a saber qué posición ocupan los proveedores y en qué punto de desarrollo se encuentran en cuanto a visión de mercado y poder de implementación, siendo definido para cada sector TI de acuerdo a dos criterios clave: la amplitud de la visión y la capacidad para la ejecución. Estos dos criterios se convierten en los ejes del gráfico, los cuales generan 4 zonas diferenciadas de calificación para definir a las empresas de TI, las cuales son:

- **Los aspirantes (Challengers).** “tienen una buena ejecución del negocio actualmente y son capaces de dominar un gran segmento de mercado, pero aún no demuestran un real entendimiento de la dirección en que va el mercado”.
- **Los líderes (Leaders).** Desarrollan bien su negocio de acuerdo a una adecuada visión actual del mercado y están bien posicionados para el futuro.
- **Los jugadores de nichos específicos (Niche Players).** Se enfocan con éxito en un segmento de mercado específico, pero muchos de ellos no adquieren en su desempeño una visión global y no se caracterizan por hacer grandes innovaciones o por superar a sus competidores.

- **Los visionarios (Visionaires).** Entienden hacia dónde van los mercados e incluso pueden tener una idea para cambiar las reglas y paradigmas, pero aún no son capaces de llevar a cabo estas ideas por completo o con éxito.

Nuevos nichos y mercados en el Cuadrante de Gartner

El cuadrante de Gartner tiene funciones interactivas que permite encauzar objetivos y necesidades comerciales. Dichas características permiten la creación de nuevos gráficos específicos para clientes de ese mercado.

Seguido, se comparten estos nuevos gráficos para crear Cuadrantes Mágicos personalizados que luego, son sometidos a análisis interno. Desde luego, crear un Cuadrante de Gartner nuevo, se debe llevar una agenda específica que incluye:

- Definición de mercado
- Criterios de borrador
- Criterios de evaluación de borrador
- Grupo de proyecto y tiempo invertido

Cada uno de estos aspectos incluye una lista de cotejo nuevo que se mide con investigación recabada directamente del mercado. Por esta razón, cada estudio pasa por muchos niveles internos de revisión. La idea detrás de estos filtros, es asegurar el cumplimiento de la agenda de investigación cuando se define al nuevo mercado. Una vez culminada la aprobación del nuevo Cuadrante Mágico; éste se aloja en una lista de investigación planificada en la página que se revisa anualmente.

Ventajas de pertenecer al Cuadrante de Gartner

Lograr posicionarse dentro del Cuadrante de Gartner sirve de referencia muy objetiva. Cumplir los objetivos determinados por el grupo Gartner y ser reconocido por ellos es sinónimo de calidad y prestigio.

En otras palabras, sus análisis de tendencia en mercados de tecnología y servicios garantiza calidad y conocimiento a la medida de las necesidades reales del mercado. Que tu empresa se encuentre entre ellas – claro está, si te dedicas a la creación y comercialización de productos tecnológicos; significa que pasó por un proceso de selección y filtros muy específicos que merece reconocimiento mundial.

Sin embargo, hay que entender y procesar los niveles con criterio y discernimiento: Enfocarse en el cuadrante de los líderes no es siempre la mejor opción para todas las empresas. Además, estadísticamente hablando, es imposible que todas las empresas pertenezcan a tal cuadrante.

Entonces, vale la pena ver con respeto al mercado de Retadores, que representa una opción muy buena en ciertos contextos. Asimismo, un Jugador de Nicho puede respaldar ciertas necesidades específicas mejor que un líder de mercado. En otras palabras, todo va a depender de cómo el proveedor se alinea con sus objetivos de negocio.



Referencias

- gbadvisors. (2017, November 27). Guía rápida para entender el Cuadrante de Gartner y evaluar tus opciones en tecnología. GB Advisors.
<https://www.gb-advisors.com/es/cuadrante-de-gartner/>
- ¿Qué es el Cuadrante Mágico de Gartner? - LIS Data Solutions. (2021, May 2). LIS Data Solutions.
<https://www.lisdatasolutions.com/blog/que-es-el-cuadrante-magico-de-gartner/>
- Qué es el Cuadrante Mágico de Gartner. (2019, May 23). Ricoh España.
<https://digital.ricoh.es/que-es-cuadrante-magico-gartner/>