

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/informetechologyvision2015.jpg



Source:

Telecomkh

Accenture Technology Vision: La "We economy" ya está aquí, el cambio del "mi" al "nosotros"

En opinión del 80% de los participantes en la encuesta, "hemos entrado en la era de la inteligencia de software, en la que aplicaciones y herramientas pensarán cada vez más como seres humanos". Además, el 78% de los encuestados creen que el software pronto podrá aprender para adaptarse a los cambios y tomar decisiones basadas en la experiencia

La “We Economy” está redefiniendo los mercados y transformando la forma en que trabajamos y vivimos. Según el informe Accenture Technology Vision 2015, hay empresas que están aprovechando las relaciones con otras empresas digitales, clientes digitales e –incluso- dispositivos digitales conectados a sus redes para crear nuevos “ecosistemas” digitales. Es el cambio del “mi” al “nosotros”.

Estas organizaciones líderes, que ya han empezado a usar la tecnología para transformarse en empresas digitales, están combinando su experiencia sectorial con la potencia de la tecnología digital para redefinir sus respectivos mercados. Han comprendido que operar como ecosistemas -y no como entidades aisladas- les ofrece enormes posibilidades de diferenciarse y generar beneficios.

Este cambio de rumbo hacia la “We Economy” es confirmado por 4 de cada 5 directivos de tecnología de la información (TI) de 2.000 compañías de todo el mundo consultadas por Accenture: en el futuro, las plataformas convertirán los sectores en ecosistemas interconectados que harán desaparecer las fronteras entre ellos. Aunque el 60% de los ejecutivos afirmaron que tenían previsto establecer nuevas alianzas con empresas de sus propios sectores, un 40% aseguraron que tratarían de asociarse con empresas digitales de otros sectores; y un 48% expresaron su deseo de colaborar con líderes en plataformas de tecnologías digitales.

“El informe Technology Vision del pasado año destacó que las grandes empresas estaban reforzando su liderazgo en los mercados, empleando la tecnología digital para aumentar la eficacia de sus procesos y transformar sus modelos de comercialización, la colaboración con otras empresas, la relación con los clientes y la gestión de operaciones”, según Paul Daugherty, chief technology officer de Accenture. “Ahora que la tecnología digital es ya parte de su ADN, las empresas están expandiendo sus límites y explotando un ecosistema mayor de negocios digitales para definir la próxima generación de sus productos, servicios y modelos de negocio, lo que hará que la transformación tenga una escala mucho mayor.”

El informe Accenture Technology Vision 2015 incluye ejemplos que demuestran que, ante el rápido crecimiento del Internet industrial de las cosas -es decir, la interconexión de dispositivos integrados en la actual infraestructura de Internet- las empresas están utilizando ecosistemas digitales para ofrecer nuevos servicios, redefinir experiencias y acceder a nuevos mercados. Esta conclusión se refleja en la encuesta de Accenture, según la cual el 35% de los ejecutivos ya están utilizando API de otras empresas para integrar datos y colaborar con socios comerciales, mientras que otro 38% tienen previsto empezar a hacerlo. Un buen ejemplo de ello es la empresa norteamericana de bricolaje Home Depot, que colabora con fabricantes para garantizar que todos sus productos con conexión sean compatibles con el sistema doméstico Wink, creando así un ecosistema propio y desarrollando nuevos servicios y experiencias exclusivas para los clientes de

Wink.

Philips ha adoptado una estrategia similar uniendo fuerzas con Salesforce para crear una plataforma con el objetivo de redefinir y optimizar la prestación de servicios en el área de la salud. La plataforma creará un ecosistema de desarrolladores de aplicaciones especializadas que facilitarán la colaboración entre médicos y pacientes. Para ello será necesario un ecosistema de grandes proporciones que incluirá historias clínicas electrónicas, información de diagnóstico y tratamiento para monitorización y obtención de imágenes, dispositivos personales y tecnologías.

Accenture Technology Vision 2015 destaca el hecho de que, gracias a estos ecosistemas digitales, Home Depot, Philips y otras empresas pueden generar nuevas fuentes de ingresos. El informe identifica además cinco nuevas tendencias tecnológicas que reflejan la evolución observada entre los grandes innovadores digitales:

- **El “Internet of Me” o “Internet personalizado”** — A medida que los objetos y las experiencias de la vida cotidiana se vuelven digitales, se abren nuevas fronteras para la personalización centrada en el individuo lo que crea un gran número de canales digitales que llegan a todos los aspectos de la vida de las personas. Entre ellos, los que utilizan las empresas para atraer clientes: dispositivos wearable (citados por el 62% de los encuestados), los televisores conectados (68%), los vehículos conectados (59%) y los objetos inteligentes (64%). Las empresas más innovadoras están recogiendo los frutos de cambiar su forma de crear nuevas aplicaciones, productos y servicios. Con el fin de controlar mejor estos puntos de acceso, las empresas están creando experiencias con un alto grado de personalización que atraen clientes.. La mayor parte (68%) de los encuestados están rentabilizando su inversión en tecnologías de personalización. Las empresas que consigan el éxito en este nuevo “Internet of Me” formarán la próxima generación de líderes del mercado.
- **Economía de los resultados** — El hardware inteligente y la tecnología digital están ayudando a las empresas a proporcionar resultados relevantes y con aplicación real, así como prometedoras oportunidades de transformación para todos. A medida que se enfrentan al Internet industrial de las cosas, las empresas líderes descubren nuevas oportunidades de integrar hardware y sensores en sus herramientas digitales para ofrecer a los clientes lo que de verdad quieren: no simples productos o servicios, sino resultados. De hecho, el 87% de los directivos consultados reconocen un mayor uso de hardware inteligente, sensores y dispositivos, lo que hace que cada vez sean más las organizaciones que vendan resultados en lugar de productos o servicios. Por otra parte, el 84% asegura que los dispositivos integrados en productos les permiten tener más información sobre el uso que se les da y sobre los resultados que quieren los clientes. Estos “líderes digitales” saben que para mantener su ventaja ya no basta con vender cosas, sino que hay que vender resultados. En eso se basa la nueva “economía de resultados”.
- **(R)evolución de plataformas** — Las empresas líderes están estableciendo nuevos terrenos de juego a medida que los avances en tecnología móvil y en la nube impulsan ecosistemas basados en plataformas. Las empresas de plataformas están aprovechando más y mejor las oportunidades que ofrece la economía digital para crecer y ser más rentables. El 75% considera que la próxima generación de plataformas no estará dominada por grandes empresas de tecnología, sino por organizaciones y líderes sectoriales. El 74% utiliza, o tienen previsto usar, plataformas sectoriales para integrar datos con otras empresas digitales. Los avances en movilidad y cloud no solo están eliminando las barreras tecnológicas y presupuestarias asociadas con esas plataformas, sino que también están abriendo el mercado a empresas de otros sectores y zonas geográficas. En pocas palabras: los ecosistemas basados en plataformas son el nuevo campo de batalla en la guerra de la competitividad.
- **Empresa inteligente** — El software capaz de aprender y adaptarse es parte del esfuerzo global que impulsa la innovación en todo el negocio y una experiencia de usuario mejorada. Hasta ahora, el software avanzado siempre ha buscado ayudar a los empleados a tomar mejores decisiones en menos tiempo. Sin embargo, la aparición de los big data, unida a avances en potencia de procesamiento, analytics y tecnología cognitiva, está permitiendo usar la inteligencia de software para hacer que también las máquinas tomen decisiones. En opinión del 80% de los participantes en la encuesta, “hemos entrado en la era de la inteligencia de software, en la que aplicaciones y herramientas pensarán cada vez más como seres humanos”.

Además, el 78% de los encuestados creen que el software pronto podrá aprender para adaptarse a los cambios y tomar decisiones basadas en la experiencia. El siguiente nivel de excelencia operativa y la próxima generación de servicios de software serán resultado de los últimos avances en inteligencia de software, que facilitarán la transformación e impulsarán la innovación en toda la empresa.

• **Fuerza de trabajo reimaginada** — A medida que la revolución digital toma impulso, las personas y las máquinas deberán hacer más cosas juntas. Los negocios de éxito incorporarán a ambos tipos de trabajadores como miembros críticos del equipo. La mayor parte de las empresas encuestadas (57%) están adoptando tecnologías que permiten realizar tareas que hasta ahora requerían expertos en TI. Los avances en interfaces naturales, dispositivos wearable y máquinas inteligentes crean nuevas oportunidades para que las empresas potencien su actividad, aunque también plantean el reto de gestionar la colaboración entre personas y máquinas. El 78% coinciden en que las empresas líderes serán aquellas que consigan una mejor colaboración de sus empleados con las máquinas inteligentes. El 77% cree que en tres años las empresas tendrán que dar tanta importancia a la formación de sus máquinas como a la de sus empleados -usando, por ejemplo, software inteligente, algoritmos y aprendizaje automático. Las empresas líderes reconocerán las ventajas de la colaboración entre el talento humano y la tecnología inteligente, conformando la plantilla del futuro.

“En lugar de mirar hacia dentro y tratar únicamente de mejorar sus propias operaciones, las empresas líderes miran hacia fuera para crear ecosistemas digitales y formar parte de ellos”, explicó Daugherty. “Están empezando a comprender la importancia de vender no solo productos y servicios, sino resultados.

Para eso tendrán que integrarse en el mundo digital, que se extiende a clientes, asociados, empleados y sectores.”

Accenture elabora su estudio anual Technology Vision a través de los Accenture Technology Labs. En el informe de 2015 participó el Consejo de asesores externos de Technology Vision, compuesto por más de una docena de ejecutivos y empresarios de los sectores público y privado, instituciones académicas, entidades de capital riesgo y empresas de nueva creación. El equipo de Technology Vision mantuvo cerca de cien entrevistas con especialistas en tecnología, expertos sectoriales y líderes empresariales de Accenture. También recurrió al conocimiento e ideas innovadoras de los profesionales de Accenture, usando las tecnologías colaborativas de Accenture y un modelo de crowdsourcing para convocar un concurso que permitió identificar las tendencias tecnológicas más interesantes. En el concurso participaron más de 1.700 profesionales de Accenture, que aportaron sus ideas y votaron las contribuciones de los demás.

Accenture Research realizó una encuesta paralela entre 2.000 ejecutivos de empresas y organizaciones de TI de nueve países y 10 sectores distintos, con el fin de pulsar su opinión sobre la adopción de nuevas tecnologías. La encuesta identificó las prioridades y cuestiones que determinan la inversión en tecnologías y su adopción. La mayor parte de los encuestados eran directivos y ejecutivos con nivel directivo, incluidos directores de departamentos y líneas de negocio, en empresas con unos ingresos anuales mínimos de 500 millones de dólares, aunque la mayoría de ellas superaban los 6.000 millones de dólares.

Disponible en:

<http://www.telecomkh.com/es/comunicaciones-empresariales/internet/noticias/7054> [1]

Links

[1] <http://www.telecomkh.com/es/comunicaciones-empresariales/internet/noticias/7054>