



La Empresa Individual

Cómo la movilidad redefine los negocios

Informe Ejecutivo

Estrategia y análisis

El socio adecuado para un mundo cambiante

En IBM, colaboramos con nuestros clientes, reuniendo perspectivas de negocios, investigación avanzada y tecnología para darles una ventaja distintiva en el entorno dinámico de la actualidad.

IBM Institute for Business Value

El IBM Institute for Business Value forma parte de IBM Global Business Services y desarrolla conocimientos con base fáctica para altos ejecutivos de negocio en torno a cuestiones críticas del sector público y privado.

Figura 1*La transformación móvil está en todas partes*

Resumen ejecutivo

Al igual que sucedió con Internet en su momento, las redes móviles –y los dispositivos que las utilizan- están cambiando radicalmente la forma en que interactuamos con el mundo. Todo, desde cómo compramos y vendemos bienes y servicios, hasta cómo educamos a nuestros estudiantes y cómo nos entretenemos, está migrando a plataformas móviles a una velocidad impresionante. Y al igual que sucedió con Internet, muchas empresas están subestimando profundamente el impacto total y duradero de esta revolución.

Hay gran evidencia a nuestro alrededor de que se está gestando una transformación móvil. Las unidades de smartphones y tablets vendidas por día superan más de diez veces la cantidad de bebés que nacen por día. Una persona verifica su smartphone en promedio 150 veces al día, o casi una vez cada seis minutos.¹ Y se estima que el mercado para los dispositivos ‘para vestir’ (wearable devices) se quintuplicará, como mínimo, en los próximos cuatro años.²

Estos dispositivos móviles no sólo desempeñan un papel importante en nuestro consumo colectivo de información sino que además generan una proporción creciente de nueva información. Hay más de 2,5 trillones de datos que se crean cada día (innumerables cargas de video, imágenes, información de posicionamiento geográfico y actualizaciones diarias en medios sociales, entre otra información), que cada vez más se originan en dispositivos móviles, lo cual genera un crecimiento en el tráfico de datos móviles del 80% por año.³ Muchas empresas ya están usando sofisticadas tecnologías de análisis de datos para destilar conocimientos y contexto de este volumen cada vez mayor de información digital. Esos conocimientos sirven para dar forma a nuestra comprensión del mundo que nos rodea y cambian el modo en que las personas, las empresas y los gobiernos interactúan.

Sin embargo, mientras que las empresas han sido rápidas en adoptar la analítica como diferenciador competitivo, y están ansiosas por adoptar el entorno móvil, no les ha sido fácil enfrentarse a todas sus implicancias. Muchas de las empresas que desarrollaron estrategias para la tecnología móvil todavía no han pasado de la primera ola: el uso de la tecnología móvil como nuevo canal por el cual pueden operar con clientes, o como herramienta de comunicación empresarial, por ejemplo. En cambio hay otras empresas que no respaldan formalmente los dispositivos móviles en absoluto.

Creemos que ha llegado el momento de que las organizaciones de todos los tamaños, en todas las industrias, adopten una visión más específica, pasando de las masas al consumidor, y consideren el verdadero potencial transformador de la tecnología móvil dentro de la empresa. Al combinar el poder de la analítica con la omnipresencia de los dispositivos móviles, las organizaciones tienen la oportunidad de proporcionar datos valiosos en el lugar apropiado, dentro del contexto adecuado, sobre la base de las preferencias y los comportamientos de los usuarios. Estas soluciones de 'movilidad' servirán cada vez más como extensión cognitiva, lo cual habilitará a los empleados y a las organizaciones financieras a adquirir nuevas habilidades, a trabajar más y mejor juntos, y a optimizar las decisiones. Las plataformas de información, ajustadas a las necesidades específicas de cada empleado, pueden reconfigurar en forma dinámica los flujos de trabajo para hacer llegar la información adecuada (sólo la información adecuada) a las personas adecuadas en el momento y lugar correcto.

Denominamos a este concepto la 'Empresa Individual'. Está habilitada por dispositivos móviles alimentados por analítica, que están presentes en una nueva clase de empleados potenciados. Y creemos que las organizaciones que diseñan sus sistemas de información y negocios con este modelo en mente podrán aprovechar el pleno potencial de sus empleados, permitir la evolución de sus modelos de negocio o incluso crear modelos totalmente nuevos, y así hacer realidad todos los beneficios transformacionales de la movilidad. Y todo esto se resume en clientes cada vez más comprometidos e incluso entusiasmados, que reciben precisamente lo que necesitan, cuando y donde lo necesitan, a un menor costo.

La doble revolución

Que la movilidad afectó cada uno de los aspectos de nuestras vidas, tanto en lo personal como en lo profesional, es un hecho innegable. Ya hemos visto muchas aplicaciones innovadoras de la tecnología: dispositivos GPS que monitorean hábitos de conducción y ofrecen descuentos en el seguro a conductores con antecedentes de conducción segura, sistemas de pagos móviles en África, y aplicaciones para llamar a taxis por posicionamiento geográfico en ciudades. Estas son sólo algunas de las capacidades que son posibles gracias a los atributos únicos de los dispositivos móviles: portátiles, conectados, personales e inteligentes. De hecho, la experiencia del cliente nunca será la misma.

El mundo de los negocios está bien consciente de esta transformación. En el estudio más reciente de altos ejecutivos realizado por IBM, el 84% de los Directores de TI (CIO) calificó las soluciones móviles como una inversión crítica para acercarse más a los clientes,⁴ mientras que 94% de los directores de marketing (CMO) calificaron las aplicaciones móviles como cruciales para sus planes de marketing digital.⁵ Aun así, la mayoría de las aplicaciones móviles que estos ejecutivos están considerando son las que interactúan con los clientes, y eso es sólo la mitad de la ecuación.

Las soluciones de Big Data y Analytics vienen cambiando la forma de colaborar de las personas, percibir cuestiones que antes quedaban ocultas, habilitar a los empleados a tomar mejores decisiones, y mejorarlo todo, desde el conocimiento de los clientes hasta la eficiencia operativa. Durante este tiempo, las empresas pasaron de tener 'Sistemas de registro' (que almacenan y organizan información muy estructurada en sistemas de cómputo grandes y complejos, mayormente centralizados) a 'Sistemas de interacción' (que permiten a un conjunto más amplio de usuarios obtener y contribuir datos estructurados y no estructurados) y 'Sistemas de conocimiento' (que dan sentido, con rapidez e inteligencia, a datos de los más diversos tipos).

Figura 2

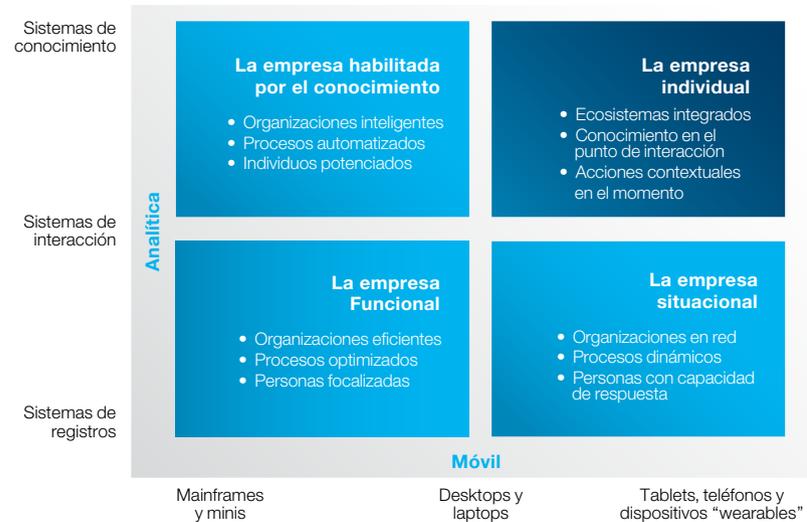
Ejemplos de cómo la movilidad impacta en la forma de conducir los negocios



No hay dudas de que la tecnología móvil tiene el potencial de cambiar la forma en que trabajamos. Pero su valor total sólo puede aprovecharse con la analítica. Juntas, redefinen por completo nuestro modo de trabajar.

Figura 3

La doble revolución de la tecnología móvil y la analítica impulsa la Empresa Individual



La información precisa aportada por la tecnología móvil sobre la ubicación y el contexto es el mecanismo de filtrado ideal para obtener conocimientos a partir de sistemas analíticos sofisticados. Al entregar estos conocimientos a los empleados en el punto de interacción, ya sea con clientes, asociados de negocio o colegas, las barreras entre los empleados y la información que necesitan desaparecen.

Definiendo la ‘empresa individual’

El concepto de la Empresa Individual podrá parecer futurista y abstracto. Pero la tecnología y las capacidades para hacerla realidad ya están disponibles. Y el potencial se encuentra simplemente en qué información es entregada a quién, cuándo y dónde. La aplicación correcta de la tecnología móvil y la analítica puede reducir sustancialmente el tiempo entre identificar situaciones y tomar acción, elevando radicalmente la productividad y permitiendo el rediseño fundamental de los flujos de trabajo. Y puede mejorar la calidad de las decisiones, grandes y pequeñas, dentro y fuera de la empresa.

Por ejemplo, en tan sólo unos pocos años, los fabricantes de automotores expandieron en gran medida su ecosistema de socios comerciales, mediante el agregado de proveedores de servicio satélites, servicios de tráfico basados en GPS, fabricantes de dispositivos móviles y servicios de conserjería. Todos estos nuevos socios deben interactuar sin problemas, enviar y recibir información relevante según el contexto y la ubicación, entre sí y al usuario final. La movilidad es la fuerza primaria que respalda este cambio, llevando a las organizaciones hacia la integración económica y permitiéndole acceder a un nuevo valor de negocios.

Esta misma dinámica puede ocurrir dentro de la empresa. Los procesos de negocio lineales evolucionarán hasta convertirse en aplicaciones, organizadas en torno a tareas específicas, con una combinación constante de la última información disponible de múltiples fuentes. Los empleados ya no estarán limitados por procesos rígidos o conocimientos incompletos, ni por sus habilidades, ubicación o circunstancias. En cambio, las plataformas y aplicaciones dinámicamente configurables permitirán a los empleados hacer más, asignando los recursos expertos de la organización precisamente donde y cuando son más necesarios y sirviendo de extensión cognitiva para ayudar a los empleados a tomar decisiones sobre la base de mejor información y con mayor agilidad.

Ganar la “carrera de armas” dentro de la tienda

La movilidad equipa al personal dentro de la tienda con el poder analítico y las herramientas que necesitan para adelantarse a los compradores que comparan precios. El acceso a comparaciones de precios de productos y ubicación del inventario, junto con los datos y la autonomía para tomar decisiones en tiempo real y definir ofertas, da al personal de ventas las herramientas que necesitan para revertir la disminución de las ventas dentro de la tienda. Equipados con información tan buena o incluso mejor que la que el cliente obtiene online, los empleados de la tienda pueden ofrecer las verdaderas ventajas del comercio minorista tradicional: interacción personal y asesoramiento, la capacidad de ‘tocar y probar’ y la entrega instantánea, a precios competitivos.

Figura 4*Características de la Empresa Individual***Crear nuevo valor de negocios**

- La movilidad comprime el tiempo entre identificar situaciones y adoptar acciones
- La movilidad impulsa un salto significativo en el crecimiento de la productividad
- La movilidad permite el rediseño fundamental de la empresa

**Con la potencia de la analítica**

- La movilidad amplifica el valor de la analítica a través de la comprensión situacional en tiempo real
- La analítica móvil aporta inteligencia a cada acción en el momento
- La analítica móvil acelera el retorno sobre la inversión en información

Empleados con el potencial para hacer más

- La movilidad reconfigura en forma dinámica el flujo de trabajo en torno a cada individuo
- La movilidad estimula la adquisición de habilidades y agudiza el foco en el desarrollo de carrera
- La movilidad potencia a las personas para que sean dueñas de su propia experiencia de trabajo

Diseñado primero para el mundo móvil

- La movilidad redefine los modelos operativos
- La movilidad es la base de nuevos modelos de interacción
- La movilidad transforma el diseño para optimizarlo para el usuario final

Para ser considerada verdaderamente individual, una empresa debe exhibir cuatro características:

Crear nuevo valor de negocios

Los nuevos tiempos de respuesta habilitados por la movilidad llevan a la Empresa Individual a ser mucho más ágil que su antecesora. Tanto las personas como la empresa pueden hacer más con menos, aumentando la eficiencia de las personas y reduciendo ineficiencias de procesos. La toma de decisiones con tiempo optimizado mejora los resultados, por ejemplo, las decisiones de precios de último segundo optimizan los márgenes.

Estas ganancias de productividad son amplificadas por la capacidad de la tecnología móvil de distribuir aptitudes y conocimientos especializados críticos cuando y donde se necesitan, maximizando estos activos empresariales y ayudando a identificar brechas en capacidades. Y como sucedió con la mayoría de los negocios que interactúan con consumidores, la movilidad permite modelos de negocio totalmente nuevos a través de una mayor transparencia y dinamismo, al mismo tiempo que aceleran las innovaciones tanto evolucionarias como revolucionarias.

Con la potencia de la analítica

El valor de la analítica está amplificado por la movilidad, no sólo por la provisión de información más precisa sobre tiempo y lugar, sino también por su capacidad de descomponer decisiones grandes en una serie de decisiones más pequeñas que pueden focalizarse más precisamente en los resultados deseados. Los aportes más precisos también elevan la confianza en la calidad de conocimientos analíticos. Y la inteligencia analítica en el momento genera una comprensión situacional en tiempo real que puede mejorar la capacidad de respuesta. Al fin de cuentas, cada paso –desde la creación de productos y servicios hasta cada punto de interacción con los clientes- puede aprovechar capacidades analíticas avanzadas. En términos sencillos, la analítica móvil acelera el retorno sobre la inversión en información.

Diseñado primero para el mundo móvil

La movilidad redefine los modelos operativos y de interacción posibles, transformando el diseño de los sistemas empresariales para enfocarse en la experiencia del usuario final. Construir aplicaciones con dimensiones de tiempo, ubicación, velocidad, temperatura y otras consideraciones situacionales, incorporadas y en todos los factores de forma más apropiados (smartphones, tablets y dispositivos “wearables”) posibilita un entorno disponible en todo momento y lugar. Y todo eso con interfaces visuales muy intuitivas. La movilidad no debe ser algo que se deja para después sino un punto de partida.

Empleados con el potencial para hacer más

La Empresa Individual evoluciona de la gestión de empleados a la optimización de ecosistemas; de la asignación de ‘una persona al proceso’ a la creación de ‘un proceso para la persona’. Al reconfigurar dinámicamente flujos de trabajo en torno al individuo, la tecnología móvil combinada con analítica puede potenciar a los empleados para tomar decisiones mejores y teniendo más en cuenta el contexto, sobre la base de la conciencia situacional. El aprendizaje por inmersión bajo demanda y una oportunidad casi ilimitada de colaborar pueden diversificar y expandir los conjuntos de habilidades de cada empleado. Con la flexibilidad de crear sus propias experiencias de trabajo, los empleados son libres para encontrar mejores formas de que las cosas se hagan en todo el ecosistema.

Asistente de pasajeros: en el aire

La movilidad profundizará las relaciones entre pasajeros y aerolíneas, ya que los asistentes de abordo podrán ofrecer una gama completa de servicios dentro del vuelo. La tripulación, equipada con dispositivos, ofrecerá información en tiempo real y calibración de los horarios de viaje de los clientes, incluso cambios de reservas de vuelos en el aire. Los problemas de vuelo se resolverán en el mismo momento y lugar donde ocurran. La tripulación tendrá acceso a programar horarios y herramientas de empleados en tiempo real, mejorando su eficiencia personal. La movilidad reducirá la ansiedad de los pasajeros e intensificará su fidelidad.

Los cinco módulos de construcción de la Empresa Individual

La construcción de la verdadera Empresa Individual comienza con líderes que definen la travesía de transformación hacia la movilidad y promueven un llamado a la acción. Utilizando conocimientos de clientes, los líderes deben prever el cambio de afuera hacia adentro, asegurando que la perspectiva del cliente individual se correlacione con la perspectiva del empleado individual.

Cambios tan profundos como los que prevemos requieren una base sólida como la roca. Los módulos de construcción fundamentales de la Empresa Individual incluyen:

Seguridad

Los sistemas seguros ofrecen la confianza y seguridad necesarias para que la empresa y los individuos puedan adoptar la movilidad.

Conectividad

Las redes móviles 'siempre conectadas' facilitan un continuo de información y servicios en toda la empresa.

Resiliencia

Disponibilidad persistente de conexiones, datos y servicios, como punto esencial de la continuidad de negocios.

Orquestación

Procesos y empresas que se vuelven configurables en torno a flujos de trabajo y situaciones en tiempo real.

Conocimientos y aprendizaje

La movilidad genera conocimientos en el momento, que se adaptan con capacidad de respuesta a las circunstancias.

Figura 5

Los módulos de construcción fundamentales de la Empresa Individual



Seguridad

Incluso una mirada casual a los titulares de negocio de hoy subraya el rol esencial de la seguridad de los datos. Las violaciones de seguridad de alto perfil les han costado a las organizaciones miles de millones de dólares, incontables clientes, reputaciones confiables e incluso los puestos de los ejecutivos clave. A medida que la movilidad acelera el flujo de datos empresariales, el imperativo de asegurar esos datos se vuelve exponencialmente más crítico.

La Empresa Individual monitorea, controla y protege proactivamente los datos empresariales de principio a fin, incluso mientras los puntos terminales están incesantemente en movimiento. La seguridad hermética no sólo asegura la confiabilidad y disponibilidad de información vital en todo momento, sino que además protege la cadena de relaciones en todo el ecosistema que comparte esos datos. Permite a los empleados, socios, clientes y otras partes interesadas acceder a aplicaciones y datos críticos para la misión, sin importar en qué ubicación o dispositivo se encuentren.

Garantizar la seguridad de la Empresa Individual no será un desafío menor. Las organizaciones deben emplear una gestión centralizada de seguridad de dispositivos, mientras que muchas tendrán que enfrentarse a las plataformas de dispositivos fragmentadas impulsadas por el fenómeno cada vez más popular de empleados que llevan sus propios dispositivos al trabajo (BYOD). El aprovisionamiento, soporte, monitoreo y aseguramiento de múltiples plataformas con cumplimiento integral, políticas de gestión y procesos es un aspecto vital.

Llevar el asesoramiento financiero adonde es necesario

Los asesores financieros habilitados por la movilidad derribarán las barreras físicas para conectarse con clientes donde y cuando lo deseen. Utilizando dispositivos móviles habilitados con Big Data y analítica cognitiva y recomendaciones, los asesores financieros redefinirán su rol, de uno basado en análisis técnico, a uno de alianza y colaboración con clientes. Los 'asesores de confianza' serán algo común, e impulsarán una mayor satisfacción de los clientes. Los márgenes se expandirán, a medida que la calidad y conducta de los asesores converge hacia la práctica líder: el 20% inferior logrará progresivamente los resultados de inversión y calidad de atención al cliente del 20% superior.

Conectividad

Hacer que los recursos de la empresa estén accesibles continuamente a lo largo del tiempo y en todo lugar será el sello distintivo de las organizaciones del futuro. Requiere integración transparente de la información entre los sistemas y las plataformas empresariales, así como la capacidad de recopilar y coordinar datos, y compartirlos entre dispositivos. Las redes inalámbricas públicas y privadas, de presencia ubicua, son esenciales. También lo serán las tecnologías emergentes, como la comunicación de campo cercano, un estándar de radio que permite la transferencia de datos para que los artículos no necesiten una dirección IP para estar conectados y compartir datos.

La inevitabilidad de las conexiones móviles generalizadas es evidente en el crecimiento explosivo de la Internet de las Cosas, que se proyecta alcanzará los 50 mil millones de unidades en 2020. Según un estudio, entre 2013 y 2022, se estima que US\$ 14,4 billones de valor (el impacto combinado de mayores ingresos y menores costos) se atribuirá a personas, procesos, datos y cosas⁶. Dicha conectividad permitirá acceso inmediato a los datos empresariales, habilitando la colaboración, la coordinación emergente y niveles inauditos de comportamiento y sincronización de grupos. También permitirá el acceso bajo demanda a sistemas de registro, menores tiempos de respuesta y mejor optimización de recursos.

Si bien la Internet de las Cosas ya está aquí, conectando más de 10 mil millones de dispositivos, la conectividad sin límites no está libre de desafíos. Deben superarse complejidades de plataforma e implementarse arquitecturas flexibles y capaces de incorporar componentes cambiantes. El desarrollo de la necesaria escalabilidad y robustez de las redes móviles también es crucial.

Resiliencia

Por sobre todo, la redundancia y resiliencia de la red resultan de fundamental importancia. La confiabilidad y disponibilidad de los recursos no deben tener interrupciones, independientemente de los desafíos de dispositivos o fallas de sistemas. Del mismo modo que deben permanecer seguros, los datos y las aplicaciones siempre deben mantenerse disponibles y funcionando en el punto de interacción.

Las empresas deben proporcionar múltiples puntos de contacto para construir redundancia en todo el sistema, utilizando componentes con conexiones ligeras y también implementar elasticidad en sus diseños de red. Los diseños deben tener en cuenta las posibles fallas, con planes de recuperación de desastres y contingencias adecuados, alineando las políticas con los valores y las necesidades del negocio.

Orquestación

La movilidad puede implementarse para automatizar la organización, coordinación y gestión de cargas de trabajo complejas. Al comprender situaciones actuales y proporcionar soluciones acordes, los sistemas implícitamente inteligentes potenciarán a los empleados y ayudarán a las organizaciones a hacer más con menos. La división de los flujos de trabajo en componentes genera eficiencias y permite tanto a las entidades como a las personas combinar y recomendar rápidamente distintas aplicaciones, así como identificar e implementar sin demoras soluciones específicas sobre la base de las circunstancias presentes.

Conocimientos y aprendizaje

Si la movilidad es lo que habilita a la Empresa Individual, el análisis avanzado es lo que la tracciona. La nueva especie de aplicaciones que ingiere, analiza y administra datos ricos en contexto y basados en la ubicación –tanto estructurados como no estructurados y alimentados por características de dispositivos cada vez más precisas y ricas – puede producir conocimientos accionables y decisiones más informadas. Y estas aplicaciones se volverán más productivas y poderosas con el uso en el tiempo. La exploración iterativa continua y la investigación de datos y transacciones afilarán la inteligencia organizacional que se integra a estas aplicaciones. Como el cerebro humano, esa inteligencia puede tener más capacidad de respuesta y aprender en forma inmediata, lo cual al fin de cuentas genera recomendaciones predictivas y prescriptivas que alimentan la toma de decisiones más informadas.

Haciendo fácil lo difícil, para los ingenieros de campo

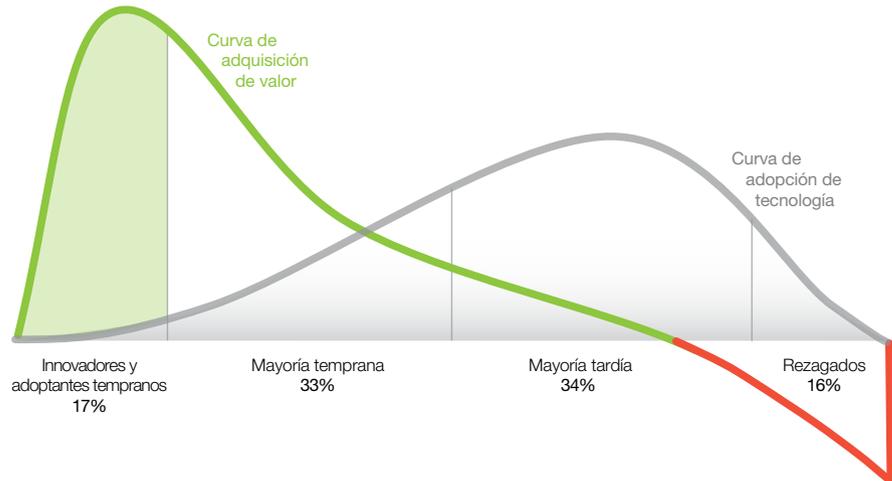
Los dispositivos móviles alimentados por la analítica proporcionan una plataforma de colaboración y herramienta de soporte de ventas para los ingenieros de campo de telecomunicaciones, quienes pueden establecer colaboraciones en tiempo real para resolver complejos problemas en el lugar. Con acceso a experiencia disponible al instante, los tiempos de reparación y servicio se comprimen, mientras las eficiencias se expanden. La programación y otras funciones permitirán el redireccionamiento flexible para abordar urgencias o llenar casilleros de tiempo disponibles. Un mayor tiempo de interacción cara a cara con los clientes puede utilizarse para proporcionar sugerencias habilitadas por analítica y recomendaciones de mayores servicios.

Activar la Empresa Individual

Por definición, la Empresa Individual será muy personalizada. En la era emergente de la movilidad generalizada y el análisis avanzado, no habrá dos organizaciones semejantes. Sin embargo, algunos de los pasos necesarios para alcanzar la visión son comunes a distintas organizaciones e incluso industrias. Y como sucedió con Internet, la ventaja de ser el primer jugador le permitirá acceder a una parte importante del valor de transformación duradero.

Figura 6 (ilustrativa)

Los líderes extraerán la mayor parte del valor, mientras que los rezagados enfrentan una posible destrucción del valor



Vemos una clara progresión de cinco pasos hacia la Empresa Individual, a saber:

- 1. Describir experiencias de empleados/usuarios a través de mapas de travesía personal.** Desarrollar perfiles de un día en la vida, sobre la base de una comprensión profunda de las necesidades de los usuarios, luego compartir demos, plantillas e información funcional sobre las aplicaciones.
- 2. Probar aplicaciones y cuantificar costos y beneficios.** Primero identificar apps móviles alineadas con las necesidades de la organización, luego llevar adelante actividades que proporcionen experiencias directas y que permitan la evaluación del desempeño.
- 3. Construir capacidades para hacer realidad la Empresa Individual.** Diseñar la estrategia y desarrollar la hoja de ruta de transformación técnica, luego apalancar el entorno de desarrollo catálogo de software e interfaz de programación de aplicaciones (API).
- 4. Apalancar aplicaciones y soluciones existentes.** Identificar oportunidades de usar soluciones y aplicaciones existentes de terceros para facilitar el tiempo de llegada al mercado y reducir los costos de desarrollo. Apalancar y construir sobre la base de aplicaciones existentes, utilizando kits estándares de desarrollador, y al mismo tiempo desarrollar una estrategia de abastecimiento y mercado de aplicaciones.
- 5. Promover el valor y la escala de los beneficios.** El desafío más difícil para los propulsores internos de la Empresa Individual puede ser el de vender los beneficios a veces intangibles de una colaboración más estrecha y la toma de decisiones sobre la base de datos. Sin embargo, las organizaciones deben integrar la movilidad como el modo primario de interacción dentro de la empresa y entre los socios en su ecosistema. Establecer nuevas formas de trabajar y alinear las políticas y la gobernanza organizacional con la nueva realidad de la movilidad serán tareas vitales. También lo será el definir parámetros de desempeño y criterios de éxito y hacer análisis de costo-beneficio a medida que la estrategia de movilidad sigue evolucionando.

Expertos en servicios sociales resuelven cuestiones urgentes de inmediato

La movilidad ofrece los beneficios duales de una productividad sustancialmente mayor y resultados de clientes muy optimizados en servicios sociales. Al habilitar el acceso en tiempo real a expedientes sociales, acciones recomendadas, prioridades cambiantes en los casos sociales, recursos y expertos, la habilitación móvil de los trabajadores sociales puede revertir problemas institucionales y promover decisiones mejores y más rápidas. La movilidad permite la colaboración en tiempo real y la toma de decisiones informadas, mitigando los desafíos de coordinación entre agencias. Los clientes experimentan mejores resultados, mientras que un área que en general se mantuvo postergada por recursos escasos ahora puede cubrir en mayor rango las necesidades de los usuarios.

La movilidad nos hace más inteligentes, productivos y veloces

Movilidad y analítica. Dos fenómenos que coinciden y que juntos cambiarán la forma en que se hace negocios, poniendo la información contextual de tiempo real al alcance de la mano de los empleados, y ofreciendo recomendaciones y conocimientos predictivos para mejorar la toma de decisiones. Darán a la gente acceso a oportunidades de colaboración donde y cuando las necesitan y amplificarán la experiencia organizacional. Así, los empleados estarán mejor preparados para apalancar el conocimiento de toda la empresa, hacer un mejor uso del tiempo y los activos, e impulsar los resultados con más agilidad.

Al fin de cuentas, esto permite a las organizaciones descubrir, definir y refinar los deseos y las necesidades nuevas y emergentes de los clientes finales, y crear experiencias emocionantes y verdaderamente únicas

Para conocer más sobre la visión de IBM acerca de la Empresa Individual y otras perspectivas visionarias, visite: ibm.com/iibv.

Sobre los autores

Fred Balboni es el Socio Gerente Global de la unidad Strategy and Analytics dentro de IBM Global Business Services. Integra la consultoría de gestión de IBM con especialización en industrias verticales, Big Data, Analytics, ciencias matemáticas y gestión de la información, para ayudar a los clientes a crear una ventaja sostenible mediante la identificación, predicción y acción sobre la base de perspectivas de negocio. Fue reconocido por su liderazgo en Big Data y Analytics por Consulting Magazine, que lo incluyó en su lista de los 25 consultores más destacados de 2011. Fred está disponibles en: fbalboni@us.ibm.com.

Saul J. Berman, Ph.D., es Socio y Vicepresidente, y es además Estratega en Jefe en IBM Global Business Services. Trabaja estrechamente con grandes corporaciones de todo el mundo sobre cuestiones estratégicas de negocio. Tiene más de 25 años de experiencia en consultoría, asesorando a la alta gerencia de grandes organizaciones y startups, y fue nombrado uno de los 25 consultores más destacados de 2005 por Consulting Magazine. Saul es autor de numerosos libros y publicaciones, entre otros: 'Not For Free: Revenue Strategies for a New World'. Puede ser contactado en el siguiente correo: saul.berman@us.ibm.com.

Peter J. Korsten es Socio y Vicepresidente, Líder Global de la unidad Thought Leadership and Eminence en IBM Global Business Services (GBS). Lidera el IBM Institute for Business Value, las actividades de consultoría de benchmarking de IBM y el programa de eminencia global de GBS. Es un experto reconocido en estrategia contemporánea y en desempeño de alta dirección, y lidera la serie de estudios ejecutivos de IBM (C-Suite Study), en la que participan más de 4.000 miembros de directorio. En 2008, Consulting Magazine lo eligió uno de sus 25 consultores más destacados. Peter está disponible en: peter.korsten@nl.ibm.com.

Sobre el líder del estudio

Anthony Marshall es Líder de la unidad Strategy and Analytics del IBM Institute for Business Value. Anthony tiene 20 años de trayectoria en consultoría y análisis, y ha trabajado con numerosas compañías Global 1200. Lideró una amplia gama de proyectos de Estrategia e Innovación dentro de la Práctica de Servicios Financieros de IBM, y cuenta con amplia experiencia en el sector público, particularmente en el área de privatizaciones y desregulación. Fue profesor de economía en Barnard College de New York City y en universidades de Australia. Para contactarlo: anthony2@us.ibm.com.

Contribuyentes

Kevin Custis, David Lubowe y Katharyn White.

Agradecimientos

También deseamos agradecer a Sachi Desai, Rachna Handa, Christine Kinser, Kristin Meadows, Aniruddha Ray y Rajrohit Teer.

Notas y fuentes

- 1 Tomi Ahonen Almanac 2013; <http://communities-dominate.blogs.com/brands/2013/03/the-an-nual-mobile-industry-numbers-and-stats-blog-yep-this-year-we-will-hit-the-mobile-moment.html>
- 2 Worldwide Wearable Computing Market Study, IDG; <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS24794914>
- 3 Mary Meeker, 2014 KPBC Internet Trends; <http://www.kpcb.com/internet-trends>
- 4 Moving from the back office to the front lines, IBM IBV; <http://www-935.ibm.com/services/us/en/c-suite/csuitestudy2013/cio-infographic.html>
- 5 Stepping up to the challenge, IBM IBV; <http://www-935.ibm.com/services/us/en/c-suite/csuitestudy2013/cmo-infographic.html>
- 6 Cisco Internet of Things study; http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/loE_Economy.pdf

© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Global Business Services
Route 100
Somers, NY 10589

Producido en los EE.UU.

Julio de 2014.

Reservados todos los derechos

IBM, el logotipo IBM e ibm.com son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de International Business Machines Corporation en EE.UU. y/o en otros países. Si estos y otros términos se señalan la primera vez que aparecen en esta información con los símbolos de marca comercial (® o ™), indican marcas comerciales de IBM, registradas en los EE.UU. o conforme al derecho consuetudinario estadounidense, propiedad de IBM en el momento de publicación de esta información. Tales marcas comerciales también pueden ser marcas comerciales registradas o conforme al derecho consuetudinario de otros países. Una lista actualizada de las marcas comerciales de IBM está disponible en la web en la sección "Copyright and trademark information" en ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Las demás denominaciones de compañías, productos y servicios pueden ser marcas comerciales o marcas de servicio de terceros.

Las referencias en esta publicación a productos y servicios de IBM no implican que IBM tenga intención de que estén disponibles en todos los países en que IBM desarrolla sus actividades.

GBE03614USEN02

IBM[®]