

EL SIGUIENTE ES UN DOCUMENTO TÉCNICO
EJECUTIVO SOBRE:

EL APROVECHAMIENTO DE LA FUNCIONALIDAD DEL ASISTENTE DIGITAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA MÓVIL EMERGENTE

Preparado por:

David Krebs

Director, Práctica Móvil e Inalámbrica

Chris Rezendes

EVP

Enero de 2010

Todos los derechos reservados



Conocimiento. Innovación. Resultados.

EL APROVECHAMIENTO DE LA FUNCIONALIDAD DEL ASISTENTE DIGITAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA MÓVIL EMERGENTE

En este documento, VDC Research enmarcará el entorno del mercado actual y los segmentos de dispositivos. Definiremos también qué es la clase de Asistente Digital Empresarial (EDA, por su sigla en inglés), cuál es su diferencia y qué mejoras de productividad puede proporcionar un EDA en los mercados tradicionales y emergentes.

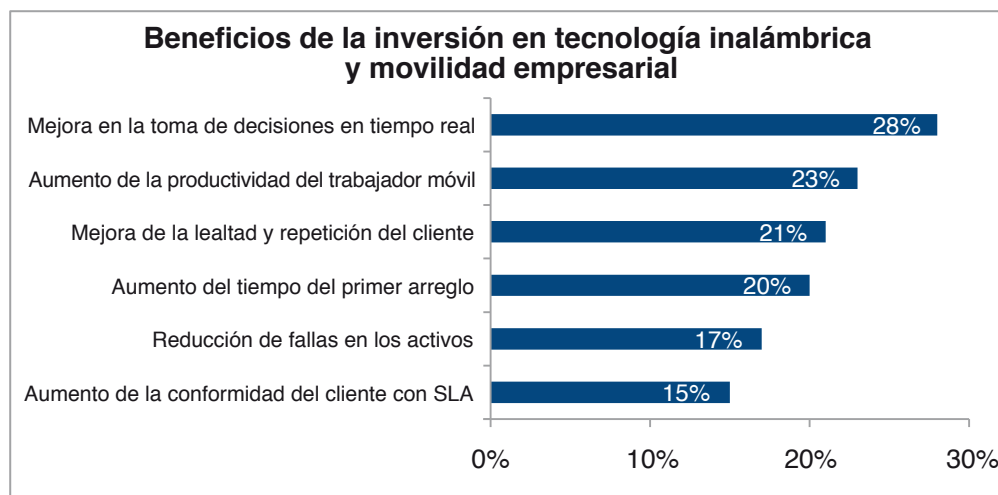
VDC calcula la fuerza laboral global en 200 millones de empleados de oficina y más de 500 millones de trabajadores en campo.

EL ENTORNO ACTUAL DEL MERCADO

El hecho de que la fuerza laboral de hoy sea cada vez más móvil o sin ataduras es un eufemismo. Más aún, sería difícil exagerar la importancia creciente de la fuerza laboral móvil en la mayoría de los segmentos de la economía global.

VDC calcula la fuerza laboral global en 200 millones de empleados de oficina y más de 500 millones de trabajadores en campo. Más aún, en medio del emparejamiento de la fuerza laboral total, la fuerza laboral móvil permanece dentro de una trayectoria de crecimiento constante. Esto no es sólo la función de la demanda inherente de los trabajos “móviles”, sino de manera más importante es el reflejo del cambio de hábitos del trabajador de hoy. Una tendencia perceptible a lo largo del último par de años fue que mientras la fuerza laboral fue recortada, al mismo tiempo, se fue haciendo más productiva. Mientras las organizaciones se ven forzadas a hacer más con menos (por ejemplo: menos trabajadores), la fuerza laboral se hizo más fluida, más colaboradora. El horario de trabajo de 9 a 17 ya no era importante. Pero la movilidad sí lo era.

Punto central de estos desarrollos ha sido la aceptación y proliferación de las soluciones móviles e inalámbricas para adelantar la toma de decisiones y el procesamiento de las transacciones en el punto de interacción en tiempo real. Existe una pequeña duda razonable acerca de si las inversiones en tecnología móvil e inalámbrica son estratégicas para el crecimiento, la participación y el margen empresariales.



De acuerdo con la investigación de VDC, cuando se implementan eficazmente, los rendimientos que la empresa obtiene de las inversiones en tecnología móvil e inalámbrica son reales y tangibles, en términos de productividad mejorada, servicio al cliente y toma de decisiones en tiempo real.

Lamentablemente, muchos de los dispositivos implementados para apoyar las aplicaciones de movilidad empresarial, tales como los Smartphones de consumidor/consumidor profesional, no están diseñados como soluciones de clase empresarial. Quienes implementan estas soluciones son “desafiados” en términos de fallas de los dispositivos, limitaciones de manejo y seguridad y finalmente de pérdida de productividad y rendimientos. Una fuente justa de este desafío es la decisión de implementar soluciones de menor costo que terminan siendo inadecuadas para sus operadores, para los entornos de instalación, para las aplicaciones y casos de uso.

En línea con cada una de las recesiones de los pasados 20 años, la demanda del usuario aumentó para soluciones de más bajo costo. El precio de los dispositivos, al relacionarse con el costo de entrada, es tan importante como el costo total de propiedad. En este entorno, léase grado de consumidor, nivel inferior, menos funcional. En algunos casos, estas soluciones cumplen su propósito. En otros, han probado ser menos potentes, menos confiables y menos valiosas.

Y otra vez, como en las desaceleraciones económicas del pasado, muchos mercados están buscando nuevas maneras de equipar su fuerza de trabajo móvil. Están buscando plataformas que recombinen los mejores atributos del grado de consumidor y resistencia avanzada; o sea, plataformas menores escalables con funciones y aplicaciones optimizadas, dispositivos de transferencia de información seguros y comunicadores de audio de alta fidelidad.

De la misma manera que los operadores de las soluciones de movilidad empresarial deben manejar los desafíos competitivos de operación, también, sus soluciones de movilidad empresarial deben aliviar las “tensiones” tradicionales entre ciertos atributos de los dispositivos y de la solución:

1. Menor tamaño, con pantallas más grandes y múltiples opciones de teclado.
2. Vida del ciclo de la batería más largo, 8 horas mínimo, con valor de calor reducido y sin puntos calientes (hot spots).
3. Espectro múltiple, PAN, LAN y/o WAN, soporte con uso mínimo del radio.
4. Aprovisionamiento y manejo por aire (OTA) flexible
5. Configuraciones de entrada/salida (I/O) flexibles.
6. Un ecosistema de aplicación que incluya procesamiento de transacciones en tiempo real y aplicaciones empresariales móviles.

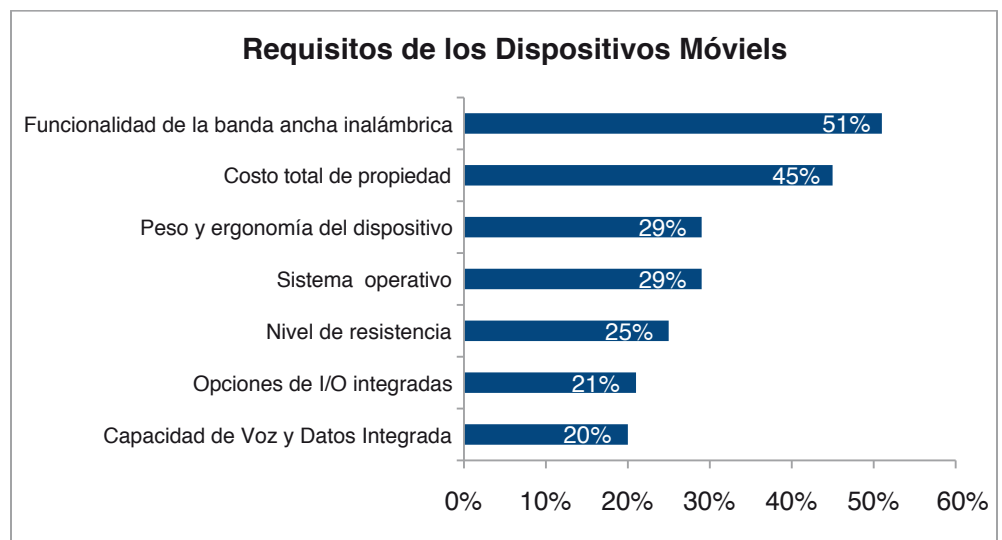
Una nueva clase de dispositivo, Asistentes Digitales Empresariales, está posicionado de manera única para dar soporte a estos requerimientos.

Y otra vez, como en las desaceleraciones económicas del pasado, muchos mercados están buscando nuevas maneras de equipar su fuerza de trabajo móvil. Están buscando plataformas que recombinen los mejores atributos del grado de consumidor y resistencia avanzada; o sea, plataformas menores escalables con funciones y aplicaciones optimizadas, dispositivos de transferencia de información seguros y comunicadores de audio de alta fidelidad.

LOS ASISTENTES DIGITALES EMPRESARIALES DEFINIDOS

La investigación reciente liderada por VDC a mediados del 2009 valida esta oportunidad.

A medida que los implementadores han experimentado de primera mano la precipitación de soluciones móviles especificadas de manera deficiente, por ejemplo: altas tasas de falla en los dispositivos en campo, capacidades limitadas de administración de dispositivos y de seguridad y una deficiente integración de las aplicaciones empresariales; su enfoque de las especificaciones de la solución móvil fue cambiada. Hoy en día, las empresas móviles con un vasto rango de modelos de negocio están concentradas de manera creciente en el costo total de propiedad y en la administración del ciclo de vida como criterios de decisión clave al evaluar las soluciones móviles de próxima generación.



Para apoyar estos requisitos y la creciente clase de trabajadores móviles, tanto en tareas específicas como de otra manera, un nuevo tipo de dispositivo de mano ha surgido: el Asistente Digital Empresarial (EDA)

Estos dispositivos están diseñados desde cero para apoyar a los trabajadores empresariales móviles y para abordar muchos de los problemas reales que las organizaciones están enfrentando con los dispositivos de grado "consumidor". Los EDA están específicamente diseñados para apoyar a los trabajadores móviles que necesitan información en tiempo real sobre activos, consumidores, transacciones, etc., en entornos donde el tiempo de inactividad o falla de los dispositivos pueden ir en detrimento de su productividad.

Las características clave que separan los EDA de otros tipos de dispositivos de mano, van desde el soporte inalámbrico hasta la durabilidad y las capacidades de Entrada/Salida (I/O)

	Especificaciones del EDA
Diseño/ Factor de Forma	<ul style="list-style-type: none"> Factor de forma de barra de caramelo 5 a 6 onzas
Durabilidad	Un sellamiento de por lo menos 42 IP
Especificación de caída	Caída de por lo menos de 3 pies a loza
Pantalla	3-4" transreflectiva VGA
Funcionalidad Inalámbrica	<ul style="list-style-type: none"> Radio multi modal (Bluetooth, Wifi, WWAN) GPS asistido Actualizable en campo o solución de frecuencia ágil Dúplex Completo de voz y push to talk (PTT)
I/O	<ul style="list-style-type: none"> Imager de captura de datos integrado Cámara integrada (mínimo 2MP) RFID/NFC integrado (opcional)
Teclado	Teclado QWERTY completo
Manejo del Dispositivo	Compatible con manejo de control remoto

Lo mismo que con muchas otras inversiones empresariales cruciales, con frecuencia la decisión final se toma en función del costo total de propiedad. El atractivo de muchos que ejercen los dispositivos de consumidor de menor costo es bien conocido, especialmente en épocas de extrema presión presupuestal, pero los costos posteriores de implementación de soluciones móviles mal seleccionadas puede rápidamente erradicar esa ventaja de costo de implementación más bajo.

Tan importante como el diseño real del dispositivo y de las especificaciones del valor del EDA es su facilidad de despliegue y uso en entornos empresariales y su ciclo de vida extendido sobre plataformas de consumidores. Las empresas necesitan asegurar que los dispositivos implementados para apoyar a los trabajadores móviles estén en conformidad con los ciclos de vida de la empresa tradicional, en contraposición con los ciclos de reposición más rápidos e inconstantes, orientados al consumidor.

Característica	Beneficio
Velocidad y facilidad de implementación	Desempeño del sistema confiable después de desempacado
Facilidad del control y apoyo de los sistemas móviles	<ul style="list-style-type: none"> Optimización del tiempo de funcionamiento del dispositivo en el campo Manejable a control remoto
Administración del Ciclo de Vida	Ciclo de vida del dispositivo en línea con los requerimientos de la empresa
Clase empresarial UI	Mejora el uso de la productividad en campo
Flexibilidad de plataforma	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de múltiples opciones de Salida/Entrada integradas Conectividad WAN intercambiable a campo
El costo total de propiedad más bajo	Dispositivo diseñado para optimizar el tiempo de funcionamiento en ambientes inclementes en el campo.

Lo mismo que con muchas otras inversiones empresariales cruciales, con frecuencia la decisión final se toma en función del costo total de propiedad. El atractivo de muchos que ejercen los dispositivos de consumidor de menor costo es bien conocido, especialmente en épocas de extrema presión presupuestal, pero los costos posteriores de implementación de soluciones móviles mal seleccionadas puede rápidamente erradicar esa ventaja de costo de implementación más bajo. La investigación reciente de VDC observa de cerca el impacto de las fallas de los dispositivos móviles en campo sobre la productividad de los trabajadores y los costos de apoyo de TI. No sorprende el hecho de que la investigación indica una correlación alta entre tasas de fallas de dispositivos y un aumento en el costo total de propiedad.

Más aún, la tasa anual de fallas de los dispositivos no diseñados para operar en entornos empresariales de trabajadores móviles tradicionales generalmente excede el 20%, si no más. Esto puede traducirse en un aumento del TCO en más del 50%. Finalmente, además del diseño real del dispositivo en términos de especificaciones, de igual importancia es la manera como se maneja en campo. El uso efectivo de las soluciones de administración de dispositivos para diagnóstico remoto, actualizaciones de software, etc., pueden reducir los costos anuales de apoyo promedio por trabajador móvil hasta en un 85%.

	Dispositivo de mano resistente	Dispositivo de mano (grado de consumidor) no resistente	Aumento porcentual
Costo anual	US \$2.356	US \$3.568	51%
Costo a cinco años	US \$11.778	US \$17.841	

Fuente: Investigación VDC TCO Móvil llevada a cabo en 2009. Tamaño total de la muestra de 1100 encuestados.

APROVECHAMIENTO DE LA FUNCIONALIDAD DE LOS EDA

Una cantidad de segmentos de los mercados de implementadores de movilidad empresarial están en la cúspide de la era de la recuperación posrecesión. Los estados de ingresos del último trimestre de 2009 están revelando fuertes registros contables y crecimiento de ingresos secuencialmente y año tras año. Mientras el futuro permanece completamente incierto, existe un cierto optimismo cauteloso, muy cauteloso, con respecto a los próximos 12 meses de 2010.

Al hablar con cualquier ejecutivo de operaciones empresariales que administre una fuerza de trabajo móvil, dirá que mientras esto puede ser cierto, su negocio cambió para siempre debido a la recesión. Mientras los roles de sus consumidores, los ingresos y el número de empleados pueden retornar a los niveles de la pre-recesión, necesitará de nuevas herramientas y enfoques para llegar allí. Por lo que respecta al mercado de movilidad empresarial, están en él y preparados para expandir la inversión en estas soluciones si pueden ayudarles a satisfacer los nuevos requisitos de la "nueva realidad" de su negocio.

Esa nueva realidad es el requisito para alcanzar niveles más altos de desempeño en una serie de mediciones, en el centro de las cuales se encuentra un trabajador móvil más productivo e informado. Suministrar al trabajador móvil el dispositivo correcto para acceder a la información, tomar decisiones mejor informadas y realizar transacciones en tiempo real, es el costo de entrada.

Anteriormente existía una tensa relación entre muchos de estos requisitos de desempeño:

1. Mejorar el servicio al cliente en una flota de servicio en campo o aumentar el número de visitas a clientes por turno.
2. Mejorar la respuesta al consumidor y el tiempo de interacción en retail o mejorando la efectividad de comercialización.
3. Disminuir los niveles de inventario asociados a los costos de existencias o reduciendo los agotados y los incidentes de despachos parciales.

Esa nueva realidad es el requisito para alcanzar niveles más altos de desempeño en una serie de mediciones, en el centro de las cuales se encuentra un trabajador móvil más productivo e informado. Suministrar al trabajador móvil el dispositivo correcto para acceder a la información, tomar decisiones mejor informadas y realizar transacciones en tiempo real, es el costo de entrada.

Antes de la recesión, seguramente muchas de las empresas B2B (de negocios interempresariales) o B2C (de negocios con consumidor final), podían darse el lujo de sobresalir en una de estas iniciativas, a expensas de la otra. Este no es el caso en 2010. Si bien los mercados crediticios pueden estar facilitando en algo la situación, la competencia, el aumento de la participación y la generación de márgenes de ganancia, no lo están. Para defender las cuentas existentes y ganar nuevos negocios, para crecer consistentemente, generar márgenes y valor a los accionistas, las empresas deben hacer más que la suma de ganancias cero, como se describe anteriormente.

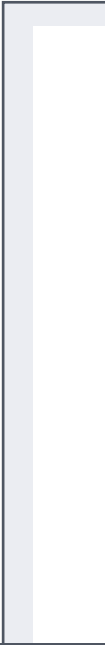
Además, las empresas deben realizarlo con su cada vez más importante fuerza de trabajo móvil. En cuanto estos requisitos operativos y las presiones de la competencia aumentan, también, la empresa exitosa depende de su fuerza de trabajo móvil.

De manera sencilla, el éxito en los años venideros requerirá que las empresas elaboren y administren programas más eficientes de capacitación y herramientas de apoyo de toma de decisiones más potentes para su fuerza de trabajo móvil más crucial.

Pues el adagio “la imagen de la compañía” nunca ha sido tan cierto. En la realidad de la posrecesión emergente la imagen de la compañía nunca ha estado bajo mayor presión.

La nueva realidad es que las empresas B2B y B2C deben volver a ganar el ascendiente que han venido perdiendo lentamente, más rápidamente debido a la recesión, con los consumidores. Observemos los cinco desarrollos específicos que están planteando un desafío, y una oportunidad, a las empresas para hacer más y mejor para sus clientes:

1. El rápido ascenso de la banda ancha móvil está posibilitando una nueva colección de mercadeo móvil, comercialización y oportunidades de transacciones. Al tiempo que crece la penetración de la banda ancha móvil empresarial y de consumidor, también lo hará la habilidad de los clientes para colocar más información en tiempo real en su punto de decisión, de venta o de servicio.
2. Esos requisitos en expansión ahora van más allá de las definiciones funcionales tradicionales. El punto de decisión ya no tiene tanto peso sobre el lugar de las instalaciones. Los consumidores y los clientes de negocios están tomando decisiones, gracias a sus dispositivos móviles cada vez más potentes, en todo lugar.
3. Es más, los clientes ya no están considerando su experiencia de decisión, compra y servicio como eventos separados. Los clientes están fusionando sus experiencias de pre-venta con el proceso de toma de decisiones, forzando a las empresas a introducir el servicio mejor de su clase en el ciclo de vida del cliente con el fin de ganar clientes y no sólo conservarlos.
4. Los clientes son impacientes; los consumidores porque pueden serlo y los clientes de negocios porque tienen su propia velocidad de transacción para pensar. Los asociados empresariales con la tarea de apoyar a esos clientes y posibles clientes en tiempo real también necesitarán más información con el fin de vincularse con los crecientes requisitos de los clientes.
5. Las experiencias en línea de los clientes han avanzado y mejorado rápidamente durante años. También han cambiado las expectativas de los clientes. Las empresas visionarias reconocen la necesidad de enlazar los elementos clave de la experiencia en línea con el compromiso del mundo real.



¿Entonces todo esto qué significa?

Las empresas deben atender los requisitos de esta “nueva realidad” de la posrecesión. Los negocios exitosos deben volver a ganar algo del apalancamiento que perdieron de un día para otro debido a la recesión y durante la pasada década debido a cambios mayores en el mundo.

Existen innumerables enfoques para volver a ganar este ascendiente. Dentro de esta selección existen oportunidades poderosas. Sin embargo, donde existe mejoría potencial en una medición también existe tensión para degradar el desempeño en otra medición. Las tácticas deben equilibrarse con la tensión inherente a los nuevos planes operativos. No podemos cambiar ascendiente en la cadena de suministro por ascendiente junto a clientes. Necesitamos preservar el ascendiente en la cadena de suministro y volver a ganar algún ascendiente junto a los clientes.

Una piedra angular para lograrlo es una fuerza de trabajo altamente capacitada, móvil, informada y empoderada.

Los trabajadores móviles, los asociados de retail, los servicios de mensajería rápida y el personal de servicio de campo del equipo industrial, ahora más que nunca llevarán la bandera de volver a ganar ese ascendiente. Lo harán a través de la mejora del desempeño en un rango más amplio de iniciativas que rigen las tácticas. Esa mejora en el desempeño requerirá una combinación de herramientas, tácticas y recursos incluyendo trabajadores móviles mejor armados; armados con EDA.

Los trabajadores móviles, los asociados de retail, los servicios de mensajería rápida y el personal de servicio de campo del equipo industrial, ahora más que nunca llevarán la bandera de volver a ganar ese ascendiente. Lo harán a través de la mejora del desempeño en un rango más amplio de iniciativas que rigen las tácticas. Esa mejora en el desempeño requerirá una combinación de herramientas, tácticas y recursos incluyendo trabajadores móviles mejor armados; armados con EDA.

SOBRE VDC RESEARCH

VDC Research (VDC) es una firma de investigación de mercado de tecnología independiente y de asesoría que se especializa en varios mercados de automatización de retail, RFID, AIDC, productos integrados, de componentes, mercados industriales y de defensa. VDC ha estado operando desde 1971, cuando la firma fue fundada por graduados de Harvard Business School y Massachusetts Institute of Technology. Hoy en día, empleamos una talentosa agrupación de analistas y consultores que ofrecen una combinación excepcional de pericia en el proceso de investigación de mercado, experiencia en la administración de productos y programas de tecnología; además de capacitación formal en ingeniería y mercadeo. Los clientes de VDC incluyen miles de los proveedores más grandes y de mayor crecimiento de tecnología en el mundo y los inversionistas más exitosos que participan en los mercados que cubrimos.

VDC Research Group, Inc.

679 Worcester Road | Suite 2 | Natick, MA 01760

Teléfono: 508.653.9000 | Fax 508.653.9836 | E-mail: info@vdcresearch.com | W: www.vdcresearch.com

