

La transformación impulsada por software será un diferenciador clave para los fabricantes de automóviles en la próxima década

Los fabricantes de equipos originales que aprovechen todo el potencial del software obtendrán una ventaja competitiva significativa, ya que se prevé que las funciones y servicios basados en software será un mercado valuado en USD \$640 mil millones para 2031.

París, a 17 de enero de 2022—De acuerdo con un informe del [Instituto de Investigación Capgemini](#), se espera que la transformación impulsada por el software ayude a los principales fabricantes de equipos originales (OEM, por sus siglas en inglés) del sector automotriz a ganar un 9% más de participación de mercado con respecto a sus homólogos al diferenciarse con funciones y servicios únicos basados en el software. La investigación destaca cómo se espera que la transformación impulsada por software proporcione beneficios significativos para los OEM del sector automotriz en los próximos cinco años, como la mejora de la productividad hasta en un 40%, la reducción de costos en un 37% y la satisfacción del cliente en un 23%. No obstante, casi la mitad (45%) de los OEM no ofrece actualmente ningún servicio conectado, y sólo el 13% está monetizando los servicios conectados a su favor.

El reporte, "[Next Destination: Software — Cómo los OEM automotrices pueden aprovechar el potencial de la transformación impulsada por software](#)" afirma que la mitad de los OEM (51%) esperan ser reconocidos en los próximos cinco a diez años por ofrecer funciones de software, como los sistemas avanzados de asistencia al conductor (ADAS, por sus siglas en inglés), la conducción autónoma, la conectividad y los servicios, así como por su excelencia en ingeniería automotriz. Además, se prevé que, en promedio, la proporción de nuevos vehículos, por cada OEM, funcionen con una plataforma de software unificada y común aumente del 7% en 2021 a 35% en 2031.

Sin embargo, los resultados del reporte indican que la madurez en áreas clave sigue siendo baja. La mayoría de los OEM (71%) se encuentra en las fases iniciales de su transformación impulsada por software, habiendo identificado únicamente las áreas de aplicación. Sólo el 28% ha implementado un piloto o una prueba de concepto basada en casos de uso para avanzar en la transformación en áreas específicas. El estudio revela que sólo el 15% de los OEM se considera "frontrunner" ¹ para su transformación exitosa al mostrar la madurez necesaria para implementar una transformación impulsada por el software. El éxito requiere un conjunto especial de habilidades y capacidades respaldadas con la visión para llevar a cabo la transformación y el dominio de las áreas operativas para obtener resultados sólidos. Los OEM más avanzados consideran que los ingresos basados en software representarán el 28% de sus ingresos totales para 2031.

Una transformación impulsada por el software requerirá una arquitectura, ecosistemas y asociaciones tecnológicas estratégicas sólidas

Para aprovechar las ventajas del software y obtener una ventaja competitiva, los fabricantes de equipos originales tendrán que renunciar a la arquitectura heredada. En la actualidad, el 93% de los OEM tienen una arquitectura vehicular tradicional, mientras que sólo el 13% tiene planes para desacoplar y separar el despliegue de la arquitectura de hardware y software estrechamente integrada. Esto se traduce en un

¹ Los "frontrunners" altamente maduros son aquellos OEM de automoción que han madurado sus áreas y habilitadores de transformación. Las mejores prácticas que diferencian a los pioneros del resto de los OEM incluyen la realización de esfuerzos concertados para consolidar su experiencia en software, aplicar sólidas prácticas de gobernanza y hacer grandes inversiones en la transformación impulsada por el software en comparación con sus homólogos.



mecanismo ineficiente para las actualizaciones de software por aire (OTA, por sus siglas en inglés) y puede reducir el ritmo de innovación de los OEM. La investigación reveló que los ejecutivos de la industria automotriz esperan que la producción de nuevos vehículos que soportan servicios conectados y actualizaciones OTA se triplique del 11% al 36% en los próximos cinco años, pero sólo el 4% de los OEM brinda actualmente algún tipo de actualización OTA, lo que sugiere que se necesita un mayor esfuerzo si quieren aprovechar el crecimiento potencial.

Los fabricantes de equipos originales tendrán que establecer sociedades estratégicas con proveedores de servicios de software y tecnología para ofrecer valor en toda la cadena de valor. También necesitarán una sólida estrategia de ecosistema para establecer y escalar eficazmente las asociaciones con el fin de lograr la estandarización de la arquitectura, así como la recopilación, el uso, la propiedad y el procesamiento de los datos tanto del vehículo como del consumidor.

La propiedad de los datos y la ciberseguridad siguen siendo una preocupación

La propiedad de los datos y la ciberseguridad siguen siendo motivo de preocupación. Menos de la mitad de los OEM tienen dificultades para recopilar datos y convertirlos en información procesable. Menos del 10% consideran que están bien preparados para aplicar medidas de ciberseguridad, mientras que al 60% les resulta difícil asegurar que los productos de los proveedores cumplan con las regulaciones de protección y ciberseguridad. Varios dominios de datos habilitados por software tienen el potencial de agregar "inteligencia" a la cadena de valor de la automoción, pero casi la mitad (47%) de los OEM no recopilan ni analizan los datos de los vehículos.

El estudio señala que los OEM deben centrarse en madurar y monetizar los servicios de seguridad y protección, ya que los clientes quieren estas soluciones y están dispuestos a pagar por ellas.

La mejora de la mano de obra será clave para aprovechar todo el potencial

A medida que evolucionen las necesidades de los clientes, los fabricantes de equipos originales tendrán que mejorar las capacidades de gran parte de su personal en materia de software y nuevas formas de trabajar. En la actualidad, los OEM se enfrentan a un déficit de competencias del 40-60% en áreas como la arquitectura de software, la experiencia en la gestión de la nube y la ciberseguridad, y hay una necesidad creciente de capacidades de software en la industria. El 97% de los ejecutivos encuestados considera que, en los próximos cinco años, hasta el 40% de su talento tendrá que poseer las habilidades internas necesarias para lograr una transformación impulsada por el software. Para aprovechar todo el potencial de la transformación impulsada por el software, los OEM tendrán que centrar su atención en nuevas competencias, transformar la cultura heredada, redefinir sus procesos en torno al software y atraer nuevos talentos.

Alexandre Audoin, líder del grupo de Automoción en Capgemini, explica: *"El software está redefiniendo la movilidad y alterando toda la cadena de valor del sector automotriz. Si bien la competencia por la innovación y el crecimiento indudablemente radica dentro del vehículo, los fabricantes de automóviles no deben pasar por alto la necesidad de crear una cultura de agilidad y colaboración dentro del negocio. La nueva era automotriz va mucho más allá del vehículo y está creando diferenciadores y oportunidades en el modelo de fabricación y de negocios. Los OEM que quieran tener éxito, hacer crecer su negocio y preparar su organización para el futuro deben adoptar una perspectiva más amplia, centrada en la atención en su modelo operativo interno, así como en los desarrollos de software".*

El reporte proporciona un marco de seis puntos para ayudar a los OEM a maximizar todo el potencial de su transformación impulsada por el software:

- Construir una visión y una estrategia centradas en el software para la organización.
- Aprovechar las cadenas de herramientas de software y la metodología ágil para fomentar una mayor colaboración entre las unidades organizacionales.



- Establecer alianzas estratégicas a largo plazo con proveedores de software, tecnología y de servicios clave para el software.
- Esforzarse por alcanzar la excelencia en el software mediante la creación y retención de talentos en materia de software.
- Aprovechar el poder de los datos para habilitar vehículos, operaciones y servicios inteligentes.
- Definir una hoja de ruta clara para la arquitectura de software de vehículos de próxima generación estandarizada.

Metodología

Capgemini aplicó una encuesta primaria en línea a 572 ejecutivos de alto nivel que trabajan para diferentes OEM de automoción en todo el mundo, así como una serie de entrevistas exhaustivas a 17 expertos de la industria que cubren diversos aspectos de la transformación impulsada por software. Todos estos ejecutivos han estado relacionados o han liderado un proyecto de transformación impulsada por software. Estos datos iniciales, combinados con una profunda investigación secundaria, proporcionaron información sobre el estado de los mercados del software y automotriz, así como sobre los desarrollos y tendencias actuales. También se realizaron entrevistas exhaustivas a expertos en software del Grupo Capgemini para desarrollar el punto de vista de Capgemini sobre la transformación impulsada por software.

Para leer el informe completo, [haga clic aquí](#).

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial en la asociación con empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con 290,000 miembros en casi 50 países. Con su sólida herencia de 50 años y su profunda experiencia en la industria, Capgemini cuenta con la confianza de sus clientes para abordar toda la amplitud de sus necesidades empresariales, desde la estrategia y el diseño hasta las operaciones, impulsadas por el mundo innovador y en rápida evolución de la nube, los datos, la IA, la conectividad, el software, la ingeniería digital y las plataformas. El Grupo registró en 2020 unos ingresos globales de 16,000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com

Acerca del Instituto de Investigación de Capgemini

El Instituto de Investigación de Capgemini es el grupo de reflexión interno de Capgemini sobre todo lo digital. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo se basa en la red mundial de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con socios académicos y tecnológicos. El Instituto cuenta con centros de investigación dedicados en la India, Singapur, el Reino Unido y los Estados Unidos. Recientemente ha sido clasificado como el número 1 del mundo por la calidad de sus investigaciones por analistas independientes.

Visita: <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>