

Los servicios inteligentes impulsarán el crecimiento económico en los próximos 3 años

La era de los productos y servicios inteligentes¹ ha llegado:

- *Las organizaciones esperan que el 28% de sus ingresos, por término medio, proceda únicamente de los servicios inteligentes en los próximos tres años*
- *Aunque actualmente sólo el 35% de las organizaciones ofrece servicios inteligentes, más de la mitad (53%) tiene previsto hacerlo en un futuro próximo.*

Madrid, 28 de septiembre de 2022 – El último informe del Instituto de Investigación de Capgemini, [Productos y servicios inteligentes: descubrir la oportunidad del negocio conectado](#), revela que más del 80% de las organizaciones reconoce que el cambio a modelos basados en software y servicios es una tendencia clave que está impactando en sus negocios. Desde los vehículos conectados hasta la monitorización remota de la salud o los servicios domésticos inteligentes, entre otros, las organizaciones están cambiando su enfoque hacia la innovación de los servicios. El informe destaca que la mayoría de las organizaciones (78%)² se encuentra, al menos, en la fase de estrategia de transición hacia los productos y servicios inteligentes y se está alejando de los modelos empresariales tradicionales de "fabricar, vender y enviar". Además, casi 7 de cada 10 organizaciones cree que no invertir en productos y servicios inteligentes corre el riesgo de perder participación en la cuota de mercado y ventaja competitiva.

Según el informe, casi el 90% de las organizaciones espera obtener ingresos de los servicios inteligentes en los próximos 3 años, y el 87% afirma que los productos y servicios inteligentes son cruciales para su estrategia comercial. Este dato es especialmente destacado en el sector industrial (87%), seguido de cerca por la tecnología médica y la fabricación de productos de consumo (ambos con un 84%). En los próximos tres años se espera, de media, que el 28% de los ingresos de las organizaciones provenga de los servicios inteligentes, frente al 12% actual. El desarrollo de productos y servicios inteligentes no sólo abre nuevas fuentes de ingresos, sino que tiene también el potencial de impulsar el crecimiento, la eficiencia y la mejora en la fidelización de los clientes.

Las organizaciones obtienen múltiples beneficios por los productos y servicios inteligentes

El informe confirma que las organizaciones que han empezado a implantar productos y servicios inteligentes están obteniendo beneficios no sólo relacionados con los ingresos: el 83% ha reducido el coste de los servicios y ha mejorado la experiencia del cliente, mientras que el 84% ha disminuido el impacto medioambiental. Los productos y servicios inteligentes, con su capacidad para captar y compartir datos e

¹ Los productos inteligentes son productos conectados y habilitados con software que pueden mejorarse continuamente gracias a la retroalimentación en tiempo real. Los datos que generan y recopilan permiten a las organizaciones ofrecer servicios inteligentes, lo que conduce a nuevos modelos de negocio e ingresos basados en la "servitización". La servitización se refiere a los sectores que utilizan sus productos para vender "resultados como servicio" en lugar de una venta única.

² La encuesta continuó con este 78% (1,000) organizaciones.



información, tienen el potencial de impulsar la sostenibilidad al permitir la medición de los residuos; identificar oportunidades para ahorrar energía, carbono, agua, etc.; y promover la gestión del ciclo de vida circular.

Las "organizaciones avanzadas" (59%) -las que tienen visiones y estrategias bien definidas para productos y servicios inteligentes- ya han visto reducidas sus emisiones de carbono en más de un 10% (56%); una mejora de más del 10% en la puntuación de satisfacción del cliente/promotor neto (55%); y casi la mitad ha visto una aceleración en el tiempo de comercialización para I+D y una disminución en los costes de servicio de más del 10%.

La transición de productos tradicionales a productos y servicios inteligentes sigue siendo compleja

El estudio destaca que las organizaciones se consideran mal equipadas para gestionar el cambio de un modelo de negocio basado en productos a otro basado en servicios, y muchas organizaciones aún no han aprovechado estas ventajas: la mitad de los encuestados informaron que se encontraban en la fase piloto. Solo un pequeño número de organizaciones (8%) se encuentra en una fase avanzada en su camino hacia la transformación. Estas organizaciones han elaborado con éxito estrategias para transformar sus cadenas de valor y modelos operativos de principio a fin; se han centrado activamente en modelos empresariales basados en los resultados o en los servicios, y han abandonado la tecnología y los sistemas heredados.

La integración entre las nuevas tecnologías, y los sistemas y herramientas existentes supone un reto

La investigación de Capgemini muestra que el 56% de las organizaciones coincide en que los sistemas heredados siguen siendo un grave obstáculo para el progreso. Del mismo modo, el 76% de los encuestados menciona los desafíos relacionados con los datos, señalando la falta de una infraestructura estable para almacenar los nuevos datos generados por los productos y servicios inteligentes. Esto pone de manifiesto la necesidad de que las organizaciones se transformen e inviertan en sus infraestructuras digitales, garantizando el acceso y la gestión sólida de la información en toda la cadena de valor.

El informe recomienda abordar estos desafíos invirtiendo en talento para satisfacer la demanda de esta área de crecimiento en desarrollo de sus negocios. De hecho, las organizaciones informaron de un déficit de competencias de más del 40% en roles clave como profesionales analíticos y de la gestión de datos, especialistas en metodología *agile* y en innovación. El uso de la capacitación interna para mejorar las habilidades de los empleados, la contratación estratégica o la adquisición de competencias a través de asociaciones externas serán áreas de interés importantes. Se está logrando un gran avance, ya que el 84% de los que actualmente lideran el área de productos y servicios inteligentes, está transformando sus equipos de diseño e ingeniería mediante la incorporación de talento en desarrollo de software, ingeniería de sistemas y productos en cloud.

"Los productos y servicios inteligentes, impulsados por la tecnología y la IA crearán un enorme valor para las empresas, los consumidores y la economía mundial en los próximos tres años. Las empresas de productos tradicionales se están reestructurando para convertirse en empresas impulsadas por el software, ofreciendo nuevas e interesantes experiencias a los clientes para que aumenten su fidelidad e impulsen flujos de ingresos continuos. El momento de actuar es ahora. Las empresas que sean capaces de escalar los productos y servicios inteligentes superarán a la competencia e impulsarán la velocidad de obtención de valor", afirma Lisa Mitnick, Responsable de Productos y Servicios Inteligentes en Capgemini.



Para más información o para descargar el informe, visite: [enlace al informe](#).

Metodología

El Instituto de Investigación Capgemini encuestó a 1.000 ejecutivos de grandes organizaciones, con más de 1.000 millones de dólares de ingresos anuales, sólo fabricantes tradicionales en automoción, tecnología médica³, productos de consumo, los bienes industriales y de capital, tecnología punta, energía y utilities, en 11 países, en abril-mayo de 2022. Los encuestados tenían un nivel de director o superior, y eran responsables de impulsar la estrategia de productos/servicios inteligentes en sus organizaciones o estaban estrechamente relacionados con ella. Además, también se realizaron entrevistas en profundidad con ejecutivos de la industria de diversas organizaciones, que incluían tanto a fabricantes tradicionales como a nativos digitales. Los entrevistados fueron aquellos que participan en el desarrollo de productos y servicios inteligentes que trabajan en todas las áreas funcionales, como la estrategia, el desarrollo de productos/servicios, ingeniería, informática y gestión de clientes.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las 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 construir un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con más de 350.000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida trayectoria de 55 años y su gran conocimiento sectorial, Capgemini es reconocida por sus clientes por la capacidad de respuesta a las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta la gestión de operaciones, todo ello impulsado por la innovación en áreas como el Cloud, los datos, la IA, la conectividad, el software y las plataformas y entornos digitales.

En 2021, el Grupo registró unos ingresos globales de 18.000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/es-es/

Acerca del Instituto de Investigación Capgemini

El Instituto de Investigación Capgemini es el grupo de expertos 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 India, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos. Recientemente, ocupó el puesto número 1 en el mundo por la calidad de sus investigaciones realizadas por analistas independientes.

Visítanos en <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>

³ Las empresas biofarmacéuticas (biotecnológicas y farmacéuticas) están excluidas de la muestra para esta investigación, tal y como se recoge en el informe de Capgemini: [Descubriendo el valor de la salud conectada](#).