



## Estudio

# Movilidad en España: Creación de valor con una estrategia integrada

Patrocinado por Microsoft

## OPINIÓN DE IDC

En este informe se describen las perspectivas de la movilidad empresarial en España, las oportunidades y los retos, en base a los estudios de IDC: *Western Europe Enterprise Mobility Survey*, y el *Western Europe Mobile Worker Forecast*, ambos de 2016, con una participación de 160 empresas españolas de todos los tamaños y sectores.

La transformación digital ha creado un nuevo marco competitivo, en la que están surgiendo nuevos actores, nativos digitales que operan gran agilidad. Además, ha emergido un cliente altamente tecnificado, que espera una relación ágil y omnicanal con las empresas. Por último, el empleado disfruta de una experiencia de usuario muy positiva en el ámbito de consumo, que quiere que se reproduzca en el entorno profesional. Este efecto es particularmente notorio en el caso de la nueva generación de empleados que se están incorporando al entorno laboral. Estos factores están impulsando una transformación profunda del puesto de trabajo en las organizaciones, que les permita adoptar nuevos procesos, responder de forma ágil al cliente, e innovar con rapidez.

La movilidad, en combinación con los nuevos modelos de espacios de oficina va a hacer posible que las empresas españolas puedan redefinir el puesto de trabajo hacia un modelo flexible y altamente colaborativo. Los planes de las organizaciones españolas a este respecto son ambiciosos: aumentar la proporción de empleados móviles del 48% actual al 72% en 2020.

Aunque el nivel de adopción de smartphones en España es del 61,5%, por encima de la media europea, cuando se examina el nivel de utilización de aplicaciones críticas de negocio, esta proporción baja a poco más de la mitad. Es decir, existe un potencial de creación de valor infrautilizado, debido a una serie de retos que abarcan desde la necesidad de un caso de negocio sólido para la movilidad, hasta las limitaciones para desarrollar aplicaciones.

El estudio describe en detalle estos retos, que provienen en gran medida de una aproximación fragmentada a la movilidad. Como conclusión, recomienda la creación de una estrategia integrada que abarque todas las implicaciones de la movilidad, y la designación de un responsable único para toda la organización.

## HACIA EL PUESTO DE TRABAJO MÓVIL

La movilidad en las organizaciones españolas ha ido aumentando progresivamente en los últimos años, acelerada por la consumerización, y el descenso sostenido en los precios de los smartphones. En la actualidad, las empresas españolas se encuentran a punto de dar un salto cualitativo en la movilidad. De acuerdo con el *Western Europe Mobile Worker Forecast*, la proporción de empleados móviles en España es del 48%, y las organizaciones tienen previsto aumentar esta proporción hasta el 72% en 2020. Esto significa una transformación en la definición del puesto de trabajo, que pasa a ser móvil por naturaleza para tres cuartas partes de la fuerza laboral.

El segmento de empleados en el que más se va a potenciar la movilidad es el de los puestos radicados en oficina, tradicionalmente considerados fijos, donde se prevé que la movilidad alcance al 65% de los mismos. Este cambio se está reflejando en los nuevos espacios de oficina que se están adoptando, en los que no hay un puesto fijo y se potencia la movilidad interna. Este nuevo modelo de puesto de trabajo potencia la colaboración entre empleados de diferentes áreas y equipos, facilita la innovación, acelera la resolución de problemas, y agiliza la respuesta al cliente.

Las organizaciones esperan que la movilidad haga posible que el nuevo puesto de trabajo genere beneficios para el negocio. En la Figura 1 se muestran los principales motores de las iniciativas de movilidad en las empresas españolas:

**FIGURA 1**

### Principales motores de la movilidad en España



Fuente: IDC, 2016

Con la movilidad, las empresas españolas buscan un aumento en la productividad (que está ligado a un acceso más fácil a la información y agilidad en la respuesta), satisfacer a un cliente que es móvil y digital a través de la omnicanalidad, y proporcionar un modelo de trabajo flexible y que satisfaga las expectativas de la nueva generación de usuarios de tecnología que se está incorporando al mercado laboral.

## DEL DISPOSITIVO MÓVIL A LA APLICACIÓN: UN POTENCIAL POR ALCANZAR

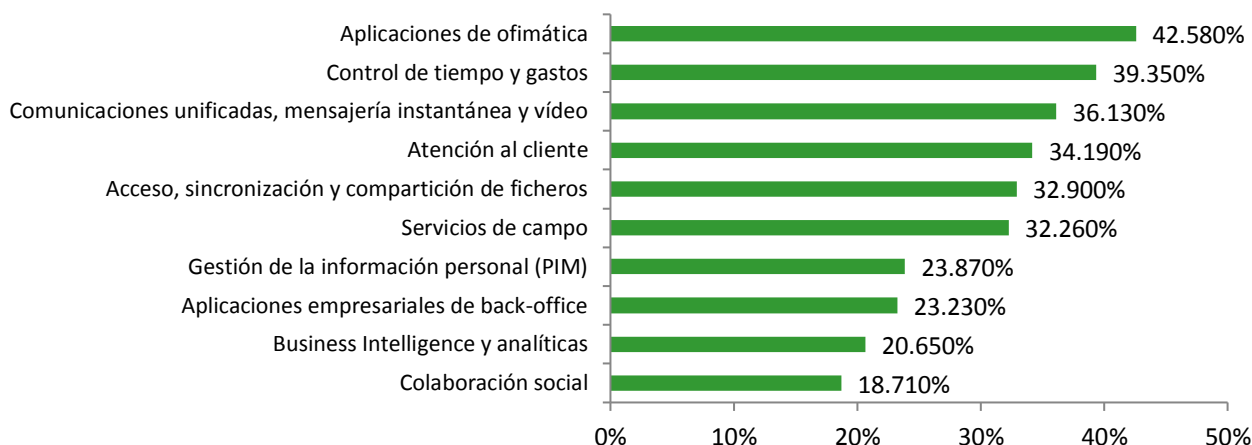
La adopción de la movilidad se refleja en el uso generalizado de smartphones. En 2016, la proporción de empleados que usan smartphones para uso profesional en España se espera que alcance el 61,5%, por encima del promedio de los países europeos, que está en el 56,4%. Esta proporción crecerá hasta el 65.3% en 12 meses. Además, el 45% de las organizaciones encuestadas tienen en marcha programas de Bring Your Own Device (BYOD) para sus empleados.

El crecimiento en el uso de tabletas en los negocios se espera que aumente en mayor proporción. Actualmente un promedio del 33,7% de los empleados de las organizaciones españolas (incluyendo a todos los sectores y tamaños) utilizan tabletas para uso profesional, y tienen intención de aumentar esta proporción hasta el 42,4%.

Para que se materialice la promesa de valor de la movilidad, no es suficiente con que el empleado tenga un dispositivo móvil. Es necesario que el empleado pueda acceder a las aplicaciones adecuadas. La Figura 2 muestra la proporción de aplicaciones a las que los empleados tienen acceso desde su dispositivo móvil:

**FIGURA 2**

### Proporción de aplicaciones movilizadas



Fuente: IDC, 2016

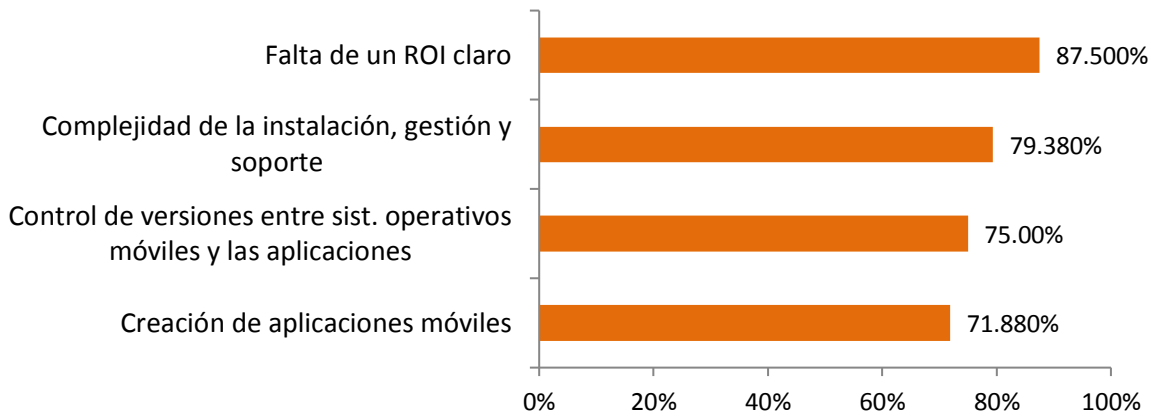
La Figura 2 muestra que las aplicaciones más movilizadas son las de ofimática y comunicaciones unificadas, ambas alrededor del 40%. Sin embargo, a medida que aumenta la criticidad o valor añadido de las aplicaciones, como pueden ser las relacionadas con la atención al cliente, o el servicio de campo, su nivel de movilización desciende, con niveles inferiores al 35%. Estas cifras reflejan una brecha entre la elevada adopción de dispositivos móviles, y su nivel de utilización relativamente bajo. En la próxima sección se explican los retos que están causando que se infrutilice el potencial de la movilidad.

## ACCELERAR LA CREACIÓN DE VALOR ELIMINANDO BARRERAS

Para entender la brecha descrita anteriormente entre el uso de dispositivos y la creación de valor mediante el uso de aplicaciones móviles, se ha preguntado a las organizaciones cuáles son los retos a los que tienen que hacer frente en 2016. Las respuestas se describen a continuación en la Figura 3:

**FIGURA 3**

### Principales retos para la movilidad



Fuente: IDC, 2016

La principal barrera es el hecho de que las organizaciones no tienen claro el caso de negocio para la movilidad. Este reto adquiere particular importancia dado que en las decisiones tecnológicas participan cada vez más las unidades de negocio y los departamentos financieros, que son reticentes a invertir en una iniciativa de movilidad si el ROI no está claro. Por tanto, las empresas necesitan estimar adecuadamente ambos lados de la ecuación: por un lado, los beneficios esperados, tanto en mayor generación de negocio, como en ganancias en productividad; por otro, el coste de la movilidad con un enfoque de coste total de propiedad.

En segundo lugar, la implementación y gestión de la movilidad se percibe como compleja. El mercado ofrece soluciones de Enterprise Mobility Management, que permiten gestionar de forma integrada los diferentes dispositivos móviles, monitorizar el uso y acceso a aplicaciones de cada usuario, y gestionar su seguridad. Sin embargo, solamente un 30% de las empresas españolas encuestadas ha implementado una solución de este tipo. Por tanto, este resultado refleja también la necesidad por parte de las organizaciones de avanzar en su madurez en la gestión de la movilidad.

En tercer lugar, la integración de las aplicaciones móviles con los dispositivos, ante la multiplicidad de dispositivos móviles, sistemas operativos y versiones de los mismos, es un reto que absorbe gran cantidad de recursos a las organizaciones, y ralentiza su implementación. Las organizaciones tienen que llevar a cabo una política de dispositivos (ej. BYOD) que equilibre la calidad de la experiencia de usuario, que prefiere su dispositivo personal, con la agilidad para integrar aplicaciones en un número limitado de modelos.

Por último, la capacidad para desarrollar aplicaciones móviles propias es un componente esencial en la movilidad, tanto para el empleado, como para la experiencia de cliente. Esta capacidad es una de las principales limitaciones de las organizaciones, que se encuentran en su gran mayoría haciendo frente a su primera aplicación móvil.

La elevada proporción de las empresas que están experimentando estas limitaciones reflejan que se están aproximando a la movilidad de forma todavía fragmentada, y apoyada principalmente en el dispositivo móvil.

## **CONCLUSIÓN: ESTRATEGIA INTEGRADA DE MOVILIDAD**

La evolución de la movilidad está ligada a una transformación profunda en las organizaciones, que afecta a la definición del puesto de trabajo de la mayor parte de sus empleados y la capacidad para generar valor añadido para la organización y el cliente. Por ello, en opinión de IDC, para definir la estrategia de movilidad hay que entender todas las implicaciones, y dicha estrategia tiene que abarcar todo el ciclo: desde la selección de los dispositivos, hasta las plataformas de desarrollo de aplicaciones móviles y el uso que se haga de las mismas.

IDC presenta las siguientes recomendaciones para que la implementación de la movilidad se traduzca en el valor esperado:

- Definir el nuevo modelo de puesto de trabajo en la organización, considerando cómo se van a transformar los diferentes perfiles de usuario, e identificando los procesos y aplicaciones a movilizar
- Establecer unas políticas en relación con el dispositivo (ej. BYOD) que permitan la integración ágil de aplicaciones
- Crear un caso de negocio para la movilidad, en el que se cuantifiquen los beneficios, y se estime el coste total de propiedad
- Identificar las capacidades necesarias para implementar la movilidad, y decidir cuáles se implementan internamente, y para cuáles es necesario apoyarse en proveedores externos:
  - Gestión de la movilidad y seguridad
  - Soporte al usuario
  - Integración de aplicaciones con los sistemas operativos móviles
  - Desarrollo de aplicaciones móviles y modelos de despliegue (cloud o aplicaciones residentes en el dispositivo)
- Designar un líder de la movilidad para toda la organización, que coordine todas las iniciativas de forma que haya una estrategia única, compartida e integrada

## ACERCA DE IDC

International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor global de inteligencia de mercado, servicios de consultoría y eventos para los mercados de tecnologías de la información, telecomunicaciones y tecnología de consumo. IDC ayuda a los profesionales de las tecnologías de la información, ejecutivos de negocio, y la comunidad inversionistas a tomar decisiones basadas en evidencia sobre compras de tecnología y estrategia de negocio. Más de 1100 analistas en IDC proporcionan su experiencia global, regional, y local sobre la tecnología, las oportunidades de la industria y las tendencias en más de 110 países en todo el mundo. Durante más de 50 años, IDC ha proporcionado información estratégica para ayudar a sus clientes a alcanzar sus objetivos claves de negocio. IDC es una filial de IDG, el grupo líder mundial en medios de comunicación de tecnología, análisis y eventos.

## IDC SPAIN

Miguel Ángel 23, 3ª  
28010 Madrid  
+34 91 787 21 50  
Twitter: @idcspain  
[www.idcspain.com](http://www.idcspain.com)

---

### Copyright Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit [www.idc.com](http://www.idc.com) to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit [www.idc.com/offices](http://www.idc.com/offices). Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or [sales@idc.com](mailto:sales@idc.com) for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or Web rights.

Copyright 2015 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.

