

El camino de convertirse en una empresa inteligente

A escala mundial, sólo cinco por ciento son una empresa inteligente, y cerca del 50 por ciento han alcanzado apenas la mitad de su potencial, de acuerdo con cifras arrojadas por el estudio Índice de Inteligencia Empresarial de Zebra Technologies.



Para tener un negocio competitivo, las compañías deben de tomar ventaja de los lazos del mundo físico y digital para mejorar su visibilidad, y movilizar las ideas que generan mejores experiencias para sus clientes.

Esto se logra a través de tecnologías que integran computación en la nube y movilidad de datos del Internet de las Cosas (IoT).

Con estas soluciones se puede detectar automáticamente la información de los activos del negocio.

Asimismo, la tarea de analizar los datos operativos de estos activos, incluyendo el estado, la ubicación, la utilización o las preferencias; proporciona información que llega a la persona adecuada en el tiempo correcto, permitiendo a los usuarios "actuar", tomando decisiones más oportunas en cualquier momento y lugar.

Para Tom Bianculli, Chief Technology Officer de Zebra, una empresa inteligente es aquella que aprovecha los lazos entre el mundo físico y el mundo digital para mejorar la visibilidad y movilizar insights que crean mejores experiencias para los clientes, generan eficiencias operativas y/o permiten nuevos modelos de negocios.

"Este es un viaje para las organizaciones, por lo que queríamos ver dónde están la mayoría de las empresas en el proceso. Claramente, muchas aún están formando sus estrategias de IoT, pero estamos viendo segmentos que han identificado casos de uso específicos y están implementando soluciones fuertemente", agregó.

Impulso al negocio

El uso de estas tecnologías en el sector minorista, según el Retail Visión Study 2017 de Zebra, permitirá aumentar a 74 por ciento la posibilidad de ubicar a los compradores en cada sector de la tienda, y elevando la personalización de la experiencia durante la visita al local comercial en 79 por ciento.

El estudio también muestra que conocer cómo estas variables fluctúan en tiempo real, se convierte en una oportunidad para mejorar la eficiencia operativa y capturar mejores insights sobre el comportamiento del consumidor, generando la posibilidad de aumentar las ganancias en los diferentes sectores económicos.

Pero el panorama empresarial luce alentador, ya que la visión del IoT es fuerte y se incrementará en inversión. De acuerdo con el Índice de Inteligencia Empresarial de Zebra, 42 por ciento de las compañías a escala global, y en proceso de ser inteligentes, gasta más de un millón de dólares en IoT anualmente, con un promedio de 3.1 millones al año, y 75 por ciento espera que esa cifra aumente en los próximos años.

Las empresas deben mantener el compromiso innovador con métodos que permitan medir el retorno de la inversión de su plan IoT, que tengan presente los eventuales cambios culturales y de procesos que se presenten durante la implementación.