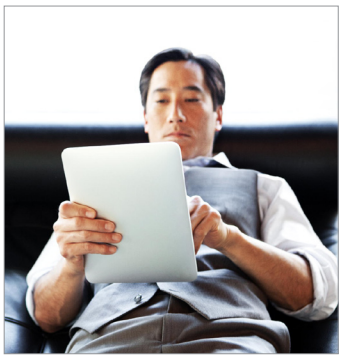
Consecuencias financieras de BYOD

Las 10 principales conclusiones del estudio de Cisco IBSG Horizons

Jeff Loucks/Richard Medcalf
Lauren Buckalew/Fabio Faria



Introducción

La práctica de usar dispositivos personales para el trabajo (BYOD, por sus siglas en inglés) es una tendencia en auge en casi todas las regiones del mundo, tal y como se documenta en "BYOD: una perspectiva global", que se basa en un estudio exhaustivo del Grupo de Soluciones Empresariales para Internet de Cisco® (Cisco IBSG). En un estudio posterior, Cisco IBSG realizó un detallado análisis financiero con el fin de identificar los beneficios y costes totales derivados de BYOD. Como fuente de datos de nuestro modelo financiero, se realizó una encuesta a más de 2400 usuarios móviles[1] pertenecientes a 18 sectores y ubicados en seis países: Estados Unidos, el Reino Unido, Alemania, la India, China y Brasil[2]. Los encuestados pertenecían a compañías de tamaño medio (500-999 empleados) y grandes empresas[3]. Nuestro modelo financiero se nutrió además de los resultados de la encuesta realizada por Cisco IBSG a 135 responsables técnicos[4], un exhaustivo estudio secundario y la propia experiencia de Cisco con BYOD. La información extraída de las encuestas y el estudio adicional proporcionan una imagen clara de las consecuencias financieras de BYOD en una compañía "típica" [5] en cada uno de los seis países analizados.

Este informe ofrece una visión general de las 10 principales conclusiones extraídas del análisis.

El número de dispositivos BYOD en los seis países del estudio crecerá en un 105%, de los 198 a los 405 millones entre 2013 y 2016.

Conclusión n.º 1: Los empleados están empezando a utilizar sus dispositivos personales para el trabajo

El número de dispositivos BYOD en los seis países del estudio crecerá en un 105%, de los 198 a los 405 millones entre 2013 y 2016. EE. UU. es actualmente el principal mercado en BYOD con 71 millones de dispositivos BYOD, cifra que aumentarán hasta alcanzar los 108 millones en 2016. China ocupará el primer puesto en 2016 al pasar de los 63 dispositivos actuales a los 166 millones[6]. El ritmo de crecimiento de BYOD será elevado en todos los mercados del estudio. En pocas palabras, BYOD es actualmente una tendencia en auge que crece a un ritmo acelerado.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

La buena disposición a la hora de gastar su propio dinero indica que estos empleados reconocen el valor que ofrece el uso de su tecnología personal.

Conclusión n.º 2:
Menos de un tercio de los encuestados prefiere utilizar dispositivos corporativos

El 30% de los usuarios móviles manifestó su preferencia por un entorno aprovisionado por la compañía, frente al 49% que prefiere utilizar dispositivos BYOD. La preferencia por BYOD es especialmente clara en China, donde solo el 16% de los usuarios móviles prefiere utilizar dispositivos de la compañía. Alemania es el único país donde es más elevado el número de usuarios móviles que prefiere utilizar dispositivos corporativos (37%, frente al 32% que prefiere dispositivos BYOD y el 31% que no muestra una preferencia concreta).

Conclusión n.º 3:
Los usuarios móviles están dispuestos a invertir en BYOD

Los empleados móviles que utilizan sus propios dispositivos (usuarios BYOD) se gastan en ellos 965 $ y utilizan una media de 1,7 dispositivos personales para el trabajo. Además, gastan 734 $ al año en planes de voz y datos para sus dispositivos BYOD. La buena disposición a la hora de gastar su propio dinero indica que estos empleados reconocen el valor que ofrece el uso de su tecnología personal.

Conclusión n.º 4:
BYOD aumenta la productividad globalmente

Incluso con niveles de implementación de BYOD heterogéneos, la compañía típica, por término medio, consigue ahorrar dinero y aumentar la productividad de sus empleados. Sin embargo, las compañías no se están beneficiando de igual modo en todos los países analizados. El empleado BYOD medio de los seis países ahorra 37 minutos semanales gracias al uso de su propio dispositivo (el ahorro máximo es de 81 minutos por semana en EE. UU. y el mínimo 4 minutos semanales en Alemania).

Conclusión n.º 5:
La mayoría de las compañías ha sido reactiva y no estratégica a la hora de implementar BYOD

La mayoría de las compañías ha reaccionado ante la demanda de ejecutivos y empleados proporcionando capacidades y políticas fragmentarias que no les han permitido aprovechar todo el potencial que ofrece BYOD. Con la implementación de un conjunto de ocho capacidades fundamentales que Cisco IBSG denomina "BYOD integral", las compañías pueden obtener un aumento significativo de la productividad. Solo el 26% de las compañías analizadas ha implementado estrategias que se asemejan al concepto de BYOD integral. El resto ha adoptado una combinación incompleta de capacidades de BYOD. Utilizamos el término "BYOD básico" para referirnos al nivel medio de capacidades de BYOD que las compañías han implementado actualmente y que no alcanza el nivel óptimo de BYOD integral.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

La compañía típica de cada país del estudio sin excepción podría obtener ganancias económicas con la migración a BYOD integral.

Conclusión n.º 6:
Las compañías pueden obtener 1300 $ adicionales por usuario móvil gracias a BYOD integral

Al adoptar una postura reactiva y no estratégica en la implementación de las capacidades de BYOD, las compañías están desaprovechando una media de 1300 $ anuales por usuario móvil. Mientras las implementaciones básicas de BYOD generan una media de 350 $ anuales en valor por usuario móvil (incluidos usuarios de dispositivos BYOD y corporativos), la adopción de un enfoque integral aumenta esta cifra a 1650 $. Algunos países que actualmente no obtienen apenas beneficios de su estrategia de BYOD básico, como China y Alemania, podrían conseguir beneficios de 900 $ al año por usuario móvil. La compañía típica estadounidense es la que obtiene los mayores beneficios derivados de BYOD integral, pasando de 950 $ a 3150 $ en valor anual por usuario móvil. La compañía típica de cada país del estudio sin excepción podría obtener ganancias económicas con la migración a BYOD integral. Igualmente importante es el hecho de que BYOD integral mejora la productividad tanto de aquellos que ya obtienen algún beneficio gracias a BYOD básico como de quienes tienen dificultades para lograrlo.

Conclusión n.º 7:
Un enfoque de BYOD integral propicia la innovación a parte de los empleados en los países desarrollados y reduce las pérdidas de productividad en los mercados emergentes

Con la adopción de un enfoque de BYOD integral, las compañías pueden optimizar la productividad que ofrece BYOD. En los mercados desarrollados (EE. UU., el Reino Unido y Alemania), las nuevas formas de trabajar (la innovación de los puestos de trabajo propiciada por los empleados) son responsables de la mayor cuota de aumento de la productividad (21%) derivada de la migración de BYOD básico a BYOD integral. En los mercados emergentes (la India, China y Brasil), algunas de las ganancias más significativas se dan en áreas en las que BYOD básico había tenido un impacto mínimo o nulo en la productividad, principalmente en disponibilidad (20% o más en cada país), y tiempo de inactividad y administración (que suman el 28% de las ganancias en la India, el 22% en China y el 38% en Brasil).

Conclusión n.º 8:
BYOD integral se amortiza por sí mismo gracias al ahorro de costes

Aparte de los beneficios en productividad, BYOD integral se amortiza gracias al ahorro de costes directos. El mayor ahorro se produce en tres áreas:

- **Costes de hardware:** los empleados compran los dispositivos que anteriormente les proporcionaba la compañía.
- **Costes de asistencia:** las compañías pueden realmente reducir los costes de asistencia gracias a BYOD, como hizo Cisco, implementando la asistencia a través de comunidades, wikis, foros y demás opciones de asistencia simplificada.
- **Costes de telecomunicaciones:** la migración de algunos usuarios móviles de planes de datos corporativos a planes autofinanciados reduce el gasto en telecomunicaciones. Las compañías manifiestan ser capaces de migrar de este modo cerca del 20% de los usuarios corporativos a planes autofinanciados.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

Si se ejecuta con el nivel correcto de planificación y soporte, BYOD será una opción ganadora tanto para la compañía como para sus empleados.

Conclusión n.º 9:
La posibilidad de elección y un acceso optimizado a la red facilitarán la conversión de usuarios de dispositivos corporativos a BYOD

Al preguntarles por qué no utilizan dispositivos BYOD, la principal respuesta de los usuarios de dispositivos corporativos es que no se les permite hacerlo. De hecho, el 36% de los usuarios corporativos preferiría adoptar BYOD. La segunda razón más habitual es que disponen de mejor acceso a la red de la empresa con los dispositivos corporativos (51%). Un mejor acceso a las aplicaciones de la compañía (49%) es también una razón habitual. Con una correcta implementación de BYOD las compañías podrán migrar con éxito sus usuarios corporativos a BYOD y conseguir así que estén más satisfechos.

Conclusión n.º 10:
El uso de portátiles personales debería ser una parte central de la estrategia de BYOD integral

El portátil sigue siendo para la mayoría de trabajadores del conocimiento la principal herramienta de productividad. Por este motivo, la posibilidad de utilizar un portátil, sistema operativo y conjunto de aplicaciones de su elección generará un significativo aumento de la productividad para los usuarios empresariales. El 37% de usuarios BYOD utiliza sus propios portátiles para el trabajo, por lo que este tipo de dispositivo es un elemento clave en cualquier estrategia de BYOD integral. IBSG estima que los portátiles generan cerca de 750 $ del valor potencial estimado por usuario móvil, que asciende a 1650 $.

Conclusión

Para sacar el máximo partido de BYOD, las compañías deben establecer una sólida política de movilidad centrada en la posibilidad de elección y la capacitación de los empleados. Los empleados innovarán y colaborarán mejor si se les da la libertad de trabajar a su manera. Si se ejecuta con el nivel correcto de planificación y soporte, BYOD será una opción ganadora tanto para la compañía como para sus empleados.

Para obtener más información, consulte el análisis económico completo "Consecuencias financieras de BYOD: Modelo de las ventajas de BYOD para las empresas globales".

 Cisco IBSG © 2013 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

Notas finales

1. En este estudio se considera "usuarios móviles" a los trabajadores administrativos que utilizan al menos un dispositivo móvil (portátil, smartphone o tablet) para su trabajo. El 29% de ellos son ejecutivos (tanto ejecutivos como directores sénior) y el 71% trabajadores del conocimiento (directores de nivel medio, supervisores, profesionales, técnicos, comerciales, agentes de servicio al cliente y personal administrativo).
2. Los encuestados pertenecen tanto a firmas de tamaño medio (500-999 empleados) como a grandes empresas (1000 empleados o más) de EE. UU., el Reino Unido, Alemania, la India, China y Brasil. La encuesta se realizó a aproximadamente 400 participantes de cada país. Estos datos incluyen una encuesta a 322 usuarios móviles en EE. UU. en agosto de 2012. 81 encuestados más de EE. UU. y todos los encuestados del resto de países participaron en febrero de 2013.
3. La distribución de participantes según el tamaño de la compañía es: 27% de firmas de tamaño medio (500-999 empleados) y 73% de grandes empresas (1000 empleados o más).
4. Esta encuesta, realizada a responsables técnicos estadounidenses y pensada especialmente como fuente de datos para crear el modelo financiero de Cisco IBSG, se publicó en agosto de 2012. Los responsables técnicos participantes en esta encuesta eran los encargados de la toma de decisiones relacionadas con la movilidad en sus compañías.
5. En este documento se emplea la palabra "típico" para referirse a una firma con un nivel medio de capacidades de BYOD tanto para ejecutivos como para trabajadores del conocimiento.
6. Fuentes: EIU, Strategy Analytics, Cisco IBSG, 2013.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

Acerca de Horizons de Cisco IBSG

Horizons es un programa multimodal de investigación y análisis diseñado para identificar las oportunidades de transformación empresarial impulsadas por la innovación tecnológica. El enfoque multimodal de Horizons se centra en tres áreas principales: (1) investigación principal como encuestas a clientes, grupos temáticos y entrevistas a expertos en la materia; (2) investigación secundaria en profundidad de líderes del mercado y personas con influencia; y (3) aplicación de análisis predictivos para recoger ideas acerca de innovaciones tecnológicas y cuantificar sus repercusiones.

Para obtener más información acerca del estudio de Cisco IBSG Horizons " Consecuencias financieras de BYOD", póngase en contacto con:

Richard Medcalf
Investigación y práctica económica de Cisco IBSG rmedcalf@cisco.com

Jeff Loucks
Investigación y práctica económica de Cisco IBSG jeloucks@cisco.com

Lauren Buckalew
Investigación y práctica económica de Cisco IBSG labuckal@cisco.com

Fabio Faria
Investigación y práctica económica de Cisco IBSG ffaria@cisco.com

Más información

Cisco IBSG (Grupo de Soluciones Empresariales para Internet) impulsa la creación de valor de mercado para nuestros clientes suministrando servicios de consultoría al nivel de CXO, conceptos de pensamiento líderes del sector, y diseño e incubación de soluciones innovadoras. Al combinar la estrategia, los procesos y la tecnología, Cisco IBSG actúa como asesor de confianza para ayudar a los clientes a tomar decisiones transformadoras que convierten las grandes ideas en valor tangible.

Para obtener más información acerca de IBSG, visite http://www.cisco.com/ibsg

Sede central en América
Cisco Systems. Inc.
San José, CA

Sede central en Asia-Pacífico
Cisco Systems (EE. UU.) Pte. Ltd.
Singapur

Sede central en Europa
Cisco Systems International BV Amsterdam,
Países Bajos

Cisco cuenta con más de 200 oficinas en todo el mundo. Las direcciones y los números de teléfono y fax se encuentran en la Web de Cisco en www.cisco.com/go/offices.

Cisco y el logotipo de Cisco son marcas comerciales o marcas registradas de Cisco o de sus filiales en EE. UU. y en otros países. Si desea consultar una lista de las marcas comerciales de Cisco, visite www.cisco.com/go/trademarks. Las marcas registradas de terceros que se mencionan aquí son de propiedad exclusiva de sus respectivos propietarios. El uso de la palabra partner no implica la existencia de una asociación entre Cisco y cualquier otra empresa. (1110R)