

La transformación impulsada por el 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 importante ventaja competitiva, ya que se prevé que las funciones y los servicios basados en el software constituyan un mercado de 640.000 millones de dólares en 2031.

Madrid, 8 de septiembre de 2021- Se espera que la transformación impulsada por el software ayude a los principales fabricantes de equipos originales (OEMs) del sector de la automoción a ganar de media un 9% más de cuota de mercado que sus homólogos, según un nuevo informe del [Instituto de Investigación Capgemini](#). La investigación destaca cómo se espera que la transformación impulsada por el software proporcione beneficios significativos para los OEMs de automoción en los próximos cinco años, como la mejora de la productividad hasta un 40%, la reducción de los costes en un 37% y la mejora de la satisfacción del cliente en un 23%. A pesar de ello, casi la mitad (45%) de los OEMs no ofrece actualmente ningún servicio conectado, y sólo el 13% está monetizando los servicios conectados en su beneficio.

El informe "*Next Destination: Software - Cómo los fabricantes de automóviles pueden aprovechar el potencial de la transformación impulsada por el software*" afirma que la mitad de los OEMs (51%) espera ser conocidos por proporcionar características de software, como los sistemas avanzados de asistencia al conductor (ADAS), la autoconducción, la conectividad y los servicios, tanto como por su excelencia en ingeniería automotriz en los próximos cinco a diez años. Además, se espera que, de media, la proporción de vehículos nuevos, por OEM, que funcionen con una plataforma de software unificada y común aumente del 7% en 2021 al 35% en 2031.

Pero, según el informe, la madurez en áreas clave sigue siendo baja. La mayoría de los fabricantes de equipos originales (71%) se encuentra en las fases iniciales de su transformación impulsada por el 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 concluye que sólo el 15% de los fabricantes de equipos originales se considera "*frontrunner*"¹ en la transformación con éxito al mostrar la madurez necesaria para implementar la 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 y obtener así resultados sólidos. Los fabricantes de equipos originales más avanzados creen que los

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



ingresos basados en el software representarán el 28% de sus ingresos totales en 2031.

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

Para aprovechar las ventajas del software y obtener una ventaja competitiva, los fabricantes de equipos originales tendrán que abandonar la arquitectura tradicional. En la actualidad, el 93% de los OEMs tiene una arquitectura de vehículo 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 mecanismo ineficaz para las actualizaciones de software *over-the-air* (OTA) y puede reducir el ritmo de innovación de los OEMs. La investigación reveló que los ejecutivos de la industria de automoción 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 OEMs proporciona actualmente algún tipo de actualización OTA, lo que sugiere que se necesita un mayor esfuerzo si los OEMs quieren aprovechar el crecimiento potencial.

Los fabricantes de equipos originales tendrán que establecer asociaciones estratégicas con proveedores de servicios de software y tecnología para ofrecer valor en toda la cadena de valor del software de automoción. Los OEMs también necesitarán una sólida estrategia de ecosistema para establecer y ampliar 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 del vehículo y 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, ya que menos de la mitad de los fabricantes de equipos originales tiene dificultades para recopilar datos y convertirlos en información procesable. Menos del 10% cree estar bien preparado para aplicar medidas de ciberseguridad, mientras que al 60% le resulta difícil asegurarse de que los productos de los proveedores cumplen la normativa de seguridad y ciberseguridad. Varios dominios de datos habilitados por el software tienen el potencial de añadir "inteligencia" a la cadena de valor de la automoción, pero casi la mitad (47%) de los OEMs no recogen ni analizan los datos de los vehículos.

La investigación señala que los OEMs 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 actualización 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 la capacitación de gran parte de su personal actual 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 existe una necesidad creciente de capacidades de software en el sector. El 97% de los ejecutivos encuestados cree que, en los próximos cinco años, hasta el 40% de su talento tendrá que poseer las habilidades necesarias en la empresa



para ofrecer una transformación impulsada por el software. Para aprovechar todo el potencial de la transformación impulsada por el software, los fabricantes de equipos originales 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, responsable global del sector Automoción de Capgemini, explica: *"El software está redefiniendo la movilidad y alterando toda la cadena de valor de la automoción. Aunque la competencia por la innovación y el crecimiento se encuentra sin duda 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 de la automoción va mucho más allá del vehículo, y está desbloqueando nuevos diferenciadores y oportunidades en el modelo de fabricación y de negocio. Los fabricantes de equipos originales que quieran tener éxito, hacer crecer su negocio y preparar su organización para el futuro deben adoptar una perspectiva más amplia, prestando tanta atención a su modelo operativo interno como a los desarrollos de software"*.

El informe proporciona un marco de seis puntos para ayudar a los OEMs a aprovechar todo el potencial de su transformación impulsada por el software mediante:

- La construcción de una visión y una estrategia centradas en el software para la organización.
- El aprovechamiento de las cadenas de herramientas de software y la metodología ágil para fomentar una mayor colaboración entre las unidades organizativas.
- El establecimiento de asociaciones estratégicas a largo plazo con proveedores de software, tecnología y servicios en las fronteras clave del software
- El esfuerzo por alcanzar la excelencia en el software mediante la creación y retención de talentos en el ámbito del software.
- El aprovechamiento del poder de los datos para hacer posible vehículos, operaciones y servicios inteligentes.
- La definición de una hoja de ruta clara para la arquitectura de software de vehículos de próxima generación y estandarizada.

Metodología

Capgemini realizó una encuesta inicial online a 572 ejecutivos de alto nivel que trabajan para diferentes OEMs de automoción en todo el mundo, así como una serie de entrevistas en profundidad con 17 expertos de la industria que cubren varios aspectos de la transformación impulsada por el software. Todos estos ejecutivos han estado asociados o han liderado un proyecto de transformación impulsada por el software. Estos datos iniciales, combinados con una exhaustiva investigación secundaria, proporcionaron información sobre el estado de los mercados del software y la automoción, así como sobre los desarrollos y tendencias actuales. También se realizaron entrevistas en profundidad con expertos en software internos del Grupo Capgemini para desarrollar el punto de vista de Capgemini sobre la transformación impulsada por el software.

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

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 290.000 profesionales en cerca de 50 países. Con una sólida trayectoria de 50 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 2020, el Grupo registró unos ingresos globales de 16.000 millones de euros.

GET THE FUTURE YOU WANT - www.capgemini.com/es-es

Acerca del Instituto de Investigación de Capgemini

El Instituto de Investigación de Capgemini es el laboratorio de ideas 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 apoya en la red mundial de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con socios académicos y tecnológicos. El Instituto cuenta con centros dedicados a la investigación en la India, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos. Recientemente ha sido clasificado como el número 1 del mundo por la calidad de sus investigaciones según analistas independientes.

Visítenos en <https://www.capgemini.com/es-es/instituto-de-investigacion-de-capgemini/>