



El último libro publicado por Sogeti, “The App Effect”, analiza la era post-PC y la revolución social y comercial que empieza a inducir el nuevo usuario digital

Sogeti prevé que las más de 44.000 millones de Apps que se usarán en el mundo en 2015 generarán una adicción en 2020

Madrid, 14 de febrero de 2012.- Sogeti, compañía especializada en servicios y soluciones de tecnología, perteneciente al Grupo Capgemini, publica “The App Effect”, un libro en el que narra los efectos derivados de la revolución provocada por el uso masivo de dispositivos móviles y Apps. La obra analiza los cambios que se están produciendo en la sociedad debido a la aparición de un nuevo tipo de usuario conectado permanentemente a través de este tipo de dispositivos. Según las predicciones del Instituto de Investigación de Sogeti, VINT, autor del libro, estamos entrando en la era post-PC y en 2020 la mayoría de las personas serán adictas a las Apps, lo que obligará a las organizaciones a transformarse en “social business”.

El libro rastrea los 10 efectos producidos por esta revolución, los cuales conforman el denominado “nuevo capital social”, y analiza las nuevas implicaciones sociales que supone la adicción de muchos usuarios a sus Apps personales las 24 horas del día y siete días a la semana, lo que la publicación denomina como “sexto sentido”.

“The App Effect” apunta a que el uso intensivo de las redes sociales está incitando a las empresas a participar en un dialogo activo con los usuarios. Al mismo tiempo, aparecen subculturas y contraculturas en las redes sociales tales como *WikiLeaks*, *Anonymus* y otros “hacktivists” que están forzando a las organizaciones a ser plenamente transparentes. Como consecuencia, el denominado *consumidor digital inteligente 24/7* está ganando más poder que cualquier otra estructura o sistema conocidos.

La nueva publicación de Sogeti presenta 10 efectos que producirán las Apps en el individuo, la sociedad y las organizaciones. El primero de ellos es la **difuminación de los sectores** y empresas ligadas tradicionalmente a mercados concretos, que pasan a introducirse en otros nuevos a través de, por ejemplo, comunidades de redes sociales. Añade también que las Apps obligan a las organizaciones a dar **respuestas más rápidas y nítidas**. Y aparece el **poder de las subculturas digitales**, que permiten a los consumidores controlar la forma de comunicar. En cuarto lugar, emergen los **ataques de la contracultura**. Así, los llamados *hacktivistas*, como *WikiLeaks* o *Anonymous*, están obligando a las empresas a ser totalmente transparentes.

El siguiente punto que destaca “The App Effect” es la conversión del software en un simple **gadget**, como consecuencia de la aparición de gran cantidad de herramientas sencillas y funcionales. También habla de un **uso sensitivo de la información**, ya que el acceso permanente a ella se convierte en un sexto sentido que modifica la forma de vivir y de relacionarse. Además, se ha producido un **incremento ilimitado de la adicción a la información**, lo que crea oportunidades sin precedentes para las empresas que responden con eficacia a esta tendencia. Por otra parte, el concepto de **intimidad** está cambiando, las relaciones entre las personas y las empresas manejan cada vez más las emociones en la forma de relacionarse con sus clientes. Conceptos como *business-to-consumer* y *business to business* se transforman en el nuevo concepto *person to person*.



El nuevo libro de Sogeti también menciona la fuerte **dependencia** que crea en los usuarios saber que llevan una potencial fuente de conocimiento en el bolsillo, convirtiéndose éstos en una auténtica inteligencia externa. De hecho, y como consecuencia de ello, el libro habla de la necesidad de contar con contrapesos personales que equilibren ese potencial ilimitado de información y permitan **mantener el control** frente a la sobrecarga informativa.

La era post-PC

Según la consultora *Gartner*, las ventas de dispositivos móviles este año estarán por encima de los 450 millones, superando los 390 millones de ventas de PCs previstas. Y por otra parte, *Yankee Group*, predice que en 2015 usaremos más de 44.000 millones de Apps. "Esto confirma que estamos en el umbral de lo que llamamos la era post-PC, en la que los consumidores se sienten cada vez más obsesionados con el estilo de vida digital".

Para los autores del libro, las barreras de comunicación se están desintegrando y se acorta la distancia entre las personas y las corporaciones. Esto abre nuevas perspectivas para las compañías que deben construir relaciones sinceras con las personas. De acuerdo con el libro, las empresas tienen que evolucionar hacia el denominado "social business", afirmación que respalda con ejemplos como la banca social de la entidad alemana *Fidor*, o la aparición de los sistemas comunitarios de gestión de la energía.

"The App Effect" también aborda cómo este nuevo entorno ha creado el denominado "Digital Commons", un lugar para la construcción del nuevo capital social entre diversos sectores y nuevas asociaciones económicas. Según la publicación, la aparición de las innovaciones trans-sectoriales causará confusión en el mercado y generará una nueva forma de consumir. Como ejemplo se cita el proyecto piloto desarrollado por la cadena minorista *Intertoys*, en el que una tienda es sólo una ventana de papel que se puede pegar en cualquier lugar. El consumidor realiza sus pedidos con un Smartphone mediante códigos de respuesta rápida (QR), y a partir de ahí los productos se entregan en su domicilio. Iniciativas como éstas podrían marginar a los minoristas tradicionales.

"The App Effect" es el decimosexto libro del Instituto de Investigación de Sogeti, VINT, y el resultado de una amplia investigación y entrevistas con científicos de todo el mundo, expertos en comportamiento y representantes de varias empresas e instituciones. Se puede encontrar más información sobre su desarrollo en www.theappeffect.org, donde se puede descargar en su versión inglesa y alemana. El Instituto VINT lleva años investigando alrededor del impacto social de Internet, prueba de ello son algunas de sus publicaciones anteriores, como "Open for Business" en 2006, "Me the Media" en 2008, y "Don't be Evil" en 2010.

Acerca de SOGETI

Sogeti es un proveedor líder en servicios profesionales de tecnología, especializado en Software Control & Testing, Soluciones Microsoft y High Tech Consulting. Sogeti colabora estrechamente con sus clientes y les ayuda en la innovación tecnológica para obtener mejores resultados. El Grupo Sogeti reúne a más de 20.000 profesionales distribuidos en 15 países y está presente en más de 200 ciudades de Europa, E.E.U.U. e India. Sogeti es una compañía perteneciente al grupo Capgemini S.A., que cotiza en la bolsa de París. Para más información: www.es.sogeti.com.

Para más información sobre el Instituto VINT: www.vint.sogeti.com.



Para más información:

bdiComunicación

Eugenio Sanz

eugenio@bdicomunicacion.com

Isabel Campo

isabelc@bdicomunicacion.com

91.360.46.10