

VINT, que prevé 50.000 millones de objetos conectados a Internet en 2020, analiza el cambio de relación entre el ser humano y los objetos

El cuerpo humano será el centro del “Internet de las cosas”

VINT establece seis categorías de dispositivos que conectarán el cuerpo humano con las cosas a través de internet

Madrid, 25 de marzo de 2014. – Según el Instituto VINT, laboratorio de tendencias de Sogeti, en la nueva era tecnológica abierta con el denominado *Internet de las cosas* se produce un nuevo tipo de relación entre el ser humano y los objetos que le rodean, diluyendo las fronteras entre hombre y máquina. Según el segundo informe elaborado por el Instituto sobre *Internet de las cosas*, se van a sustituir los actuales dispositivos de mano por terminales insertados en, sobre o dentro de nuestro propio cuerpo; para recibir y emitir información, lo que creará un sentimiento de empatía entre el hombre y las máquinas.

Tal y como afirma este estudio, denominado “*Emphatic things*”, segundo de una serie de cuatro, la nueva forma de conectarse hará que nuestra relación con los objetos sea más personal e íntima. Esto llevado al mundo empresarial, ayudará a las entidades públicas y privadas a comprender mejor la situación particular de sus clientes. “Empresas y consumidores, gobiernos y ciudadanos están interactuando de una forma cada vez más personal”, explica Menno van Doorn, Director de VINT. “Con el aumento de la empatía con los objetos, los límites entre el hombre y la máquina se difuminan. La vida se hace más fácil, los sentidos se agudizan e incluso se crean otros nuevos.”

VINT ha identificado 6 categorías de lo que han denominado “cosas empáticas”: *wearables* (adjuntas a la piel, proporcionan una visión en datos corporales tales como el ritmo cardíaco); *augmentables* (complementan los sentidos con datos procedentes del entorno del usuario); *surroundables* (combinan datos del cuerpo del ser humano con información externa); *enchantables* (objetos cotidianos equipados con tecnología inteligente); *swallowables* (convierten los datos del cuerpo en un identificador digital); y *biohackables* (implantados bajo la piel para mejorar el desarrollo humano). Definidas en función del lugar que ocupan en nuestro cuerpo (en, sobre o alrededor) y del tipo de información que reciben y producen (consultar infografía adjunta).

Los autores reconocen que “habrá un gran número de lanzamientos fallidos en el mercado y que el potencial tecnológico, el atractivo social y la viabilidad económica determinarán si la tecnología denominada íntima o personal se integra en nuestro universo cotidiano. La nueva tecnología posibilita la comprensión de la situación y la mentalidad personal del cliente”.

Según el informe del Instituto VINT, estos cambios afectarán de manera muy notable a los departamentos de marketing de las empresas, quienes deberán de incluir, junto a los términos tradicionales de *producto, precio, lugar y promoción*,

el de *contexto*, entendiéndolo éste como la situación personal y la forma de pensar de los clientes.

Seis recomendaciones para tener éxito en la era de las "Cosas Empáticas"

El estudio enumera seis recomendaciones para tener éxito en este nuevo entorno de las "cosas empáticas". El primero de ellos es, obviamente, la elección de "**lo digital**", ya que, a través de la tecnología las empresas pueden añadir una nueva capa de intimidad con sus clientes, con una interacción mucho más personal que permite obtener un nuevo nivel de información sobre el consumidor, para abrir las puertas a nuevas oportunidades de venta. Al mismo tiempo, recomienda construir **sistemas dinámicos** capaces de generar empatía y ofrecer ese valor añadido. Su naturaleza abierta permite un intercambio de información sin fin.

Como tercera recomendación, VINT apunta **analizar en qué situación** y a través de qué tipo de dispositivos se produce la conexión. Por ejemplo, un conductor de camión no puede trabajar con un portátil en sus rodillas, sin embargo unas gafas digitales le proporcionan el tipo de conectividad que necesita.

Como cuarto punto fundamental, se recomienda mejorar las **bases de conocimiento**, en las que a los datos se sumen los metadatos, claves en el contexto específico de cada usuario. Cuantos más datos se proporcionen, más fácil será obtener la información correcta, de la manera adecuada y en el momento oportuno. La quinta recomendación pasa por **crear puentes** entre los usuarios avanzados y el resto de personas, para ello recomiendan que la transición se realice secuencialmente: adquirir un número reducido de dispositivos *empáticos* y que los más expertos compartan sus experiencias con otros potenciales usuarios. Por último, el informe señala la necesidad de **cuidar la privacidad**, dado que nunca antes había sido tan importante este concepto. Es necesario asegurar a las personas que retienen el control de sus datos y que existe transparencia en el uso de los mismos.

"*Emphatics Things*" es el segundo de una serie de cuatro informes de VINT sobre *Internet de las Cosas*. El primero se publicó en otoño de 2013, bajo el título "*Internet de oportunidades de negocio*". El próximo está previsto para finales de la primavera y estará dedicado al ámbito industrial. Mientras que, el informe final será sobre "*Smart Cities*". Los autores de esta serie son Sander Duivestein, Thomas van Manen y Erik van Ommeren.

El informe está disponible en la siguiente dirección:

<http://www.es.sogeti.com/nuestra-vision/Publicaciones-Sogeti/>

La infografía se puede descargar en: <http://www.sogeti.com/prthings2>

Sobre 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 100 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.