

Optimizando los datos de los vehículos comerciales



PROTM

Un informe encargado por Ford Pro



Presentación de la investigación

Ford Pro ha encargado esta investigación, que consistió en encuestar a 3000 conductores de furgonetas comerciales y a 150 gestores de flotas de vehículos comerciales de Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y España. Las encuestas a los 3000 conductores de furgonetas comerciales se realizaron entre el 19/12/2024 y el 02/01/2025.

La investigación europea de conductores de furgonetas comerciales ha corrido a cargo de Censuwide, empresa que se rige por el código de conducta de la Sociedad de Investigación de Mercados (*Market Research Society*, MRS) y los principios de ESOMAR, y emplea a miembros de la MRS. Censuwide también es miembro del Consejo Británico de Sondeos (*British Polling Council*).

La investigación estadounidense de conductores de furgonetas comerciales ha sido realizada por Morning Consult. La muestra de 150 gestores de flotas de vehículos comerciales ha sido seleccionada por NewtonX, especialista en B2B, en EE. UU., Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y España, entre el 30/12/2024 y el 10/01/2025.

El margen de error es de +/- 5 puntos porcentuales para la audiencia total con un nivel de confianza del 95 %.

La investigación fue analizada por Burson Data & Intelligence.

A los efectos de este informe, una pequeña empresa es aquella que cuenta con entre 1 y 10 furgonetas, siendo las flotas medianas de 11 a 50 y las grandes de más de 50 furgonetas.



Prólogo

Los datos de vehículos conectados son esenciales para mejorar la eficiencia de los vehículos comerciales. Como si se tratara de un monitor de actividad para tu flota, los datos ayudan a optimizar el rendimiento del vehículo y del conductor proporcionando a los empresarios actualizaciones en tiempo real y datos acumulados que facilitan un análisis más detallado y una perspectiva más completa de las operaciones.

Hoy en día, la información precisa y en tiempo real procedente directamente de la flota tiene un valor incalculable a la hora de resolver problemas e impulsar mejoras en los resultados. Por ejemplo, menos ralentí, menos tiempo de inactividad por mantenimiento, mayor eficiencia en las rutas, ahorro de combustible o de batería, seguimiento y formación del comportamiento del conductor, y mucho más. Además, los datos pueden aportar información útil sobre comportamientos al volante que reducen los riesgos para el personal y la empresa. Por ejemplo, el uso del cinturón de seguridad, el exceso de velocidad o los frenazos bruscos.

Sin embargo, a pesar de que los usuarios de furgonetas y los gestores de flotas reconocen cada vez más el valor transformador de estos datos, un nuevo estudio encargado por Ford Pro revela que una parte considerable de la comunidad de vehículos comerciales se está perdiendo muchos de sus beneficios clave debido a la inquietud que genera el uso de los datos, el grado de conocimiento y la confianza en las marcas de vehículos comerciales y terceros. Para elaborar el informe, se ha encuestado a más de 3000 conductores de furgonetas y 150 gestores de flotas de toda Europa y Estados Unidos, y lo que ha quedado claro es que se está produciendo una brecha de conocimiento. Si bien es comprensible que los conductores de furgonetas y

los gestores de flotas estén preocupados por la privacidad de los datos —que siempre es la prioridad—, la clave para ayudar a las empresas a superar este problema es proporcionar la información y la formación adecuadas sobre las ventajas que podrían estar perdiéndose. Actualmente existe una brecha que separa a los más avanzados de nuestro sector —que han aprovechado la oportunidad que ofrecen los datos conectados— de los que siguen confiando exclusivamente en las herramientas de gestión tradicionales y no aprovechan el potencial de los datos para ahorrar tiempo y dinero. Como sector, tenemos que cerrar esta brecha, y rápido.

Está claro que la seguridad de los datos es un factor importante y, en cierto modo, un obstáculo que impide a las empresas utilizar determinados softwares, pero, como veremos en este informe, se trata de una cuestión mucho más compleja. En las páginas siguientes, analizaremos las causas de esta brecha y las medidas que tenemos que tomar para cerrarla y acelerar nuestro proceso conjunto de transformación.

La razón de ser de Ford Pro es ayudar a sus clientes a conseguir la máxima productividad optimizando la forma en que utilizan sus vehículos, que son el motor de su actividad. Un vehículo fuera de la carretera es una



pérdida de tiempo y dinero que puede ser enormemente perjudicial para empresas de todos los tamaños. Para poner freno a esta situación, estamos dotando a los operadores de vehículos de las herramientas que necesitan para aprovechar el poder de los datos en su actividad. Nuestra plataforma Ford Pro Intelligence integra a la perfección los datos de los componentes del vehículo, los sensores, las cámaras de salpicadero y los cargadores de vehículos eléctricos en el software de gestión de flotas. De esta manera, podemos ofrecer un resumen completo de las operaciones de una flota, de un solo vistazo y a cualquier hora del día.

Nuestra misión es hacer que la gestión de sus vehículos comerciales sea lo más fácil y sencilla posible dándole todo lo que necesita en un solo lugar. Para que una empresa prospere, tiene que aumentar al máximo la productividad y el tiempo de actividad de sus vehículos; este informe está diseñado para demostrar cómo conseguirlo con la ayuda de los datos.

Espero que le resulte útil e interesante, y espero trabajar con usted en 2025 y en los próximos años.

Hans Schep

Director general de Ford Pro Europa

Resumen ejecutivo

El poder del software y de los datos para mejorar las operaciones comerciales y reducir las ineficiencias es indiscutible. En la actualidad, los datos de los vehículos conectados están transformando a gran velocidad tanto el sector de los vehículos comerciales como las empresas, grandes y pequeñas, que dependen de las furgonetas.

Pero, al mismo tiempo, la privacidad y la seguridad de los datos puede ser un tema polémico para las empresas que utilizan furgonetas y para los propios conductores. Como compañía que se dedica a ayudar a las empresas a utilizar datos de vehículos conectados para mejorar su rendimiento y ser más eficientes, en Ford Pro queríamos seguir indagando.

Por ello, encargamos esta nueva investigación para comprender mejor cómo valoran actualmente sus datos los empresarios y sus conductores, los gestores de flotas y los operadores de toda Europa y Estados Unidos, así como sus impresiones sobre la privacidad, la seguridad y el uso de los datos por marca y mercado. Lo que reveló la investigación fue fascinante.

Los resultados muestran la aparición de una clara brecha en torno a los datos de los vehículos comerciales, compuesta por tres grandes elementos:



La brecha del valor

Aunque tanto los conductores de furgonetas como los gestores de flotas de todo el mundo consideran que el estado de los vehículos es la principal prioridad para mantener su actividad, más de un tercio de los conductores de furgonetas (46 %) y una cuarta parte de los gestores de flotas (25 %) no aprovechan el potencial de la supervisión de los datos de estado del vehículo en sus operaciones diarias.

La brecha formativa

A pesar de sus ventajas, menos de un tercio de los conductores de furgonetas de todo el mundo y algo más de la mitad de los gestores de flotas (57 %) saben "bastante" sobre cómo utilizar la telemática para ahorrar tiempo y dinero. Esta cifra cae a tan solo uno de cada diez conductores de pequeñas empresas (de 1 a 10 vehículos) de todo el mundo, que utilizan el seguimiento y la supervisión del rendimiento la mitad que los conductores de flotas más grandes.

La brecha de la privacidad de los datos

A pesar del uso generalizado de los datos

de vehículos conectados, el 94 % de los conductores de furgonetas y el 97 % de los gestores de flotas muestran preocupación por la privacidad y la seguridad de los datos, en concreto por la recopilación de datos sin consentimiento (42 %), el intercambio de datos con terceros (40 %) y las filtraciones de datos (40 %).

El informe también señala que es fundamental contar con la confianza de los propietarios de pequeñas y grandes empresas que trabajan con furgonetas. Por otra parte, revela que los gestores de flotas y los conductores de furgonetas confían más en los fabricantes de vehículos comerciales para el tratamiento de sus datos que en los proveedores externos de servicios de gestión de flotas.

Comprender y abordar estos problemas nos permitirá aprovechar la oportunidad transformadora de los datos de los vehículos conectados. ¿Está su empresa preparada para dar el siguiente paso?

Introducción: Fomentar una mayor comprensión

En 2025, los datos de vehículos conectados están impulsando una rápida transformación en todo el sector de los vehículos comerciales.

24% de crecimiento
en suscriptores
de pago en el 2º
trimestre de 2025
alcanzando casi los
757.000

[Berg Insight](#) prevé un fuerte aumento en los sistemas activos de gestión de flotas de Europa: de 16,3 millones de unidades en 2023 a una previsión de 27,6 millones para 2028. Este crecimiento indica claramente que el sector reconoce cada vez más el valor de los datos de los vehículos conectados, también a nivel global. Desde 2023, el número de vehículos conectados que los clientes de Ford Pro tienen en circulación ha aumentado un 40 %, hasta los 5,2 millones.

La realidad actual es que sacar el máximo partido de los datos y el software es un intercambio, como explica Jeremy Gould, director de Ford Pro Intelligence, Europa: "Ante estas soluciones basadas en datos

en constante cambio, es necesario educar y ayudar a los clientes a entender el valor que les aportan los datos, de manera que quieran suscribirse a lo que se les ofrece". "El sector tiene que explicar mejor el verdadero valor que representan los datos de los vehículos conectados en la actualidad: la oportunidad está ahí, solo tenemos que unirnos para aprovecharla. Nuestra misión en Ford Pro es garantizar que los clientes se sientan cómodos dándonos acceso a sus datos, de forma que puedan empezar a disfrutar realmente de los beneficios que pueden ofrecer los datos de los vehículos conectados; es una de nuestras principales prioridades como empresa".

"La seguridad de los datos no es una simple característica de Ford Pro; es un principio fundamental."

La seguridad es la base de todo

Todas las partes interesadas de las flotas, en empresas grandes y pequeñas, esperan que su información esté protegida y en buenas manos, y eso pasa por la seguridad de los datos. En el caso de Ford Pro, las soluciones de software incorporan potentes medidas de seguridad para proteger la información confidencial de los clientes frente a accesos no autorizados y usos indebidos.

Este compromiso con la seguridad de los datos está validado por la certificación ISO 27001 para las soluciones de software de Ford Pro. Ford Pro Telematics, Telematics Essentials y E-Telematics han sido [reconocidos mundialmente](#) por su gestión de la seguridad de la información, que establece un alto nivel de confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos de los clientes.

Como dice Gould: "La seguridad de los datos no es una simple característica de Ford Pro; es un principio fundamental".

La tecnología integrada es la clave para las empresas

El sector comercial está dejando de usar dispositivos de recopilación de datos propios del mercado posventa, como los PID (que se conectan al vehículo), y se está decantando por las soluciones integradas de los fabricantes de equipos originales (OEM), ya que son las únicas que permiten supervisar el estado del vehículo y realizar un seguimiento en directo con datos integrados. Los vehículos Ford Pro con funciones de recopilación de datos incorporadas proporcionan una mayor sensación de seguridad a sus datos, ya que los PID son más fáciles de extraer si alguien roba una furgoneta o incluso si el propio conductor no desea ser rastreado. Al mismo tiempo, también evitan costes adicionales a las empresas, como los que implica retirar furgonetas de la circulación para instalar el hardware.



Los módem integrados en los vehículos proporcionan datos de alta calidad y precisión sobre los vehículos directamente a la plataforma plataforma Intelligence de Ford Pro, que ofrece a los gestores de flotas un control bidireccional sobre la seguridad de sus vehículos, como el bloqueo y el desbloqueo remoto del vehículo, limitadores de velocidad y aceleración y geoperimetraje. Esto solo es posible con el ecosistema incorporado e integrado que proporciona Ford Pro.

Por otro lado, Ford Pro Intelligence también acompaña a los clientes en su transición hacia soluciones eléctricas proporcionándoles información útil y ayuda a los usuarios a sacar el máximo partido a su vehículo con funciones como la supervisión de la carga, el preconditionamiento remoto, las alertas de batería baja, o la mejora del rendimiento general del vehículo eléctrico.

Sin embargo, en última instancia, las empresas que utilizan furgonetas suelen tener distintas preferencias a la hora de acceder y gestionar los datos, y un hardware como los PID les permite recopilar datos de sus flotas en caso de utilizar más de una marca de furgoneta. Llegados a este punto, es fundamental equilibrar y comprender la necesidad de una empresa.

Gould amplía esta idea: "A medida que avanzamos hacia una era de vehículos definidos por el software, la diferenciación dependerá cada vez más de los servicios basados en el software. En comparación con los proveedores tradicionales de telemática, los OEM tienen una oportunidad única de ayudar a nuestros clientes a integrar el mundo digital y el mundo físico para transformar realmente sus operaciones."

Si los OEM tienen los medios para hacernos avanzar, ¿qué es lo que nos frena?

Primera parte

La brecha del valor



En lo que respecta a la telemática, los responsables de la toma de decisiones sobre flotas están muy comprometidos con ella. El crecimiento de las suscripciones a los productos telemáticos Ford Pro en todo el mundo ya ha puesto de manifiesto esta tendencia, lo que demuestra que las empresas empiezan a reconocer la oportunidad que se les presenta

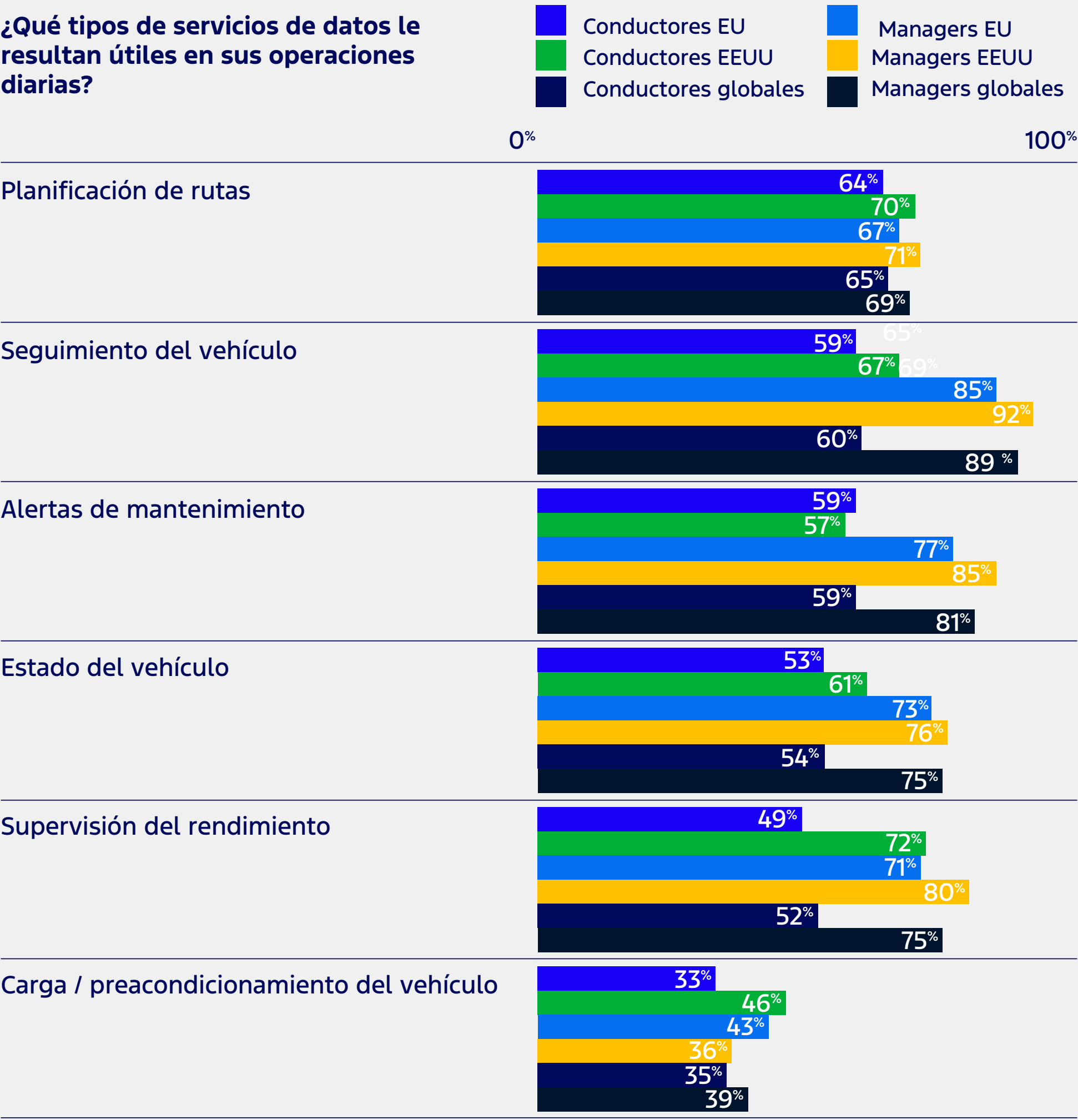
Pero hay una desconexión. A pesar de que el estado de los vehículos es la principal prioridad tanto para los conductores de furgonetas (53 %) como para los gestores (75 %) de todo el mundo —muy por encima de la optimización de las rutas, la eficiencia del combustible y la carga eléctrica y los comportamientos de conducción—, el 46 % de los conductores de furgonetas y una cuarta parte (25 %) de los gestores no consultan los datos sobre el estado del vehículo en sus operaciones diarias. En cambio, al preguntarles qué servicios utilizan más, las respuestas más frecuentes entre los conductores de furgonetas de todo el mundo son el seguimiento del vehículo (60 %) y las alertas de mantenimiento (59 %). Entre los gestores de flotas de todo el mundo, el seguimiento de vehículos (89 %) y las alertas de mantenimiento (81 %)

—relacionadas con el mantenimiento planificado y en ruta— superan al estado del vehículo (75 %), a pesar de que este último permita a las empresas evitar problemas y fallos imprevistos que dejen a las furgonetas fuera de servicio inesperadamente. Lo que se ha señalado aquí es que, a pesar de que las empresas han afirmado que su máxima prioridad es el estado de los vehículos, no utilizan soluciones de datos de los vehículos para realizar un seguimiento de esta parte de sus operaciones y, en su lugar, priorizan otros elementos que, a su juicio, son menos importantes.

Esto demuestra una vez más que existe una desconexión en el valor que las empresas de todo el mundo, grandes y pequeñas, obtienen de sus servicios de datos.

En algunos mercados, las cifras son incluso inferiores a la media del 54 % de conductores diarios; por ejemplo, en Francia solo alcanza el 42 % y en Alemania, el 49 %. Aunque el uso diario de datos es mayor en Estados Unidos (61 %) y el Reino Unido (59 %), sigue siendo bastante escaso.

La realidad actual es que casi la mitad de los conductores de vehículos comerciales del mundo no aprovecha las ventajas del seguimiento del estado de los vehículos, y lo mismo ocurre con una cuarta parte de los gestores de flotas de todo el mundo. Un solo día de inactividad de una furgoneta afecta a los resultados de una empresa. Según Ford Pro, las empresas pueden reducir el tiempo de inactividad planificado y no planificado de las furgonetas un 60 % si realizan un mantenimiento y una supervisión más inteligentes de los vehículos.

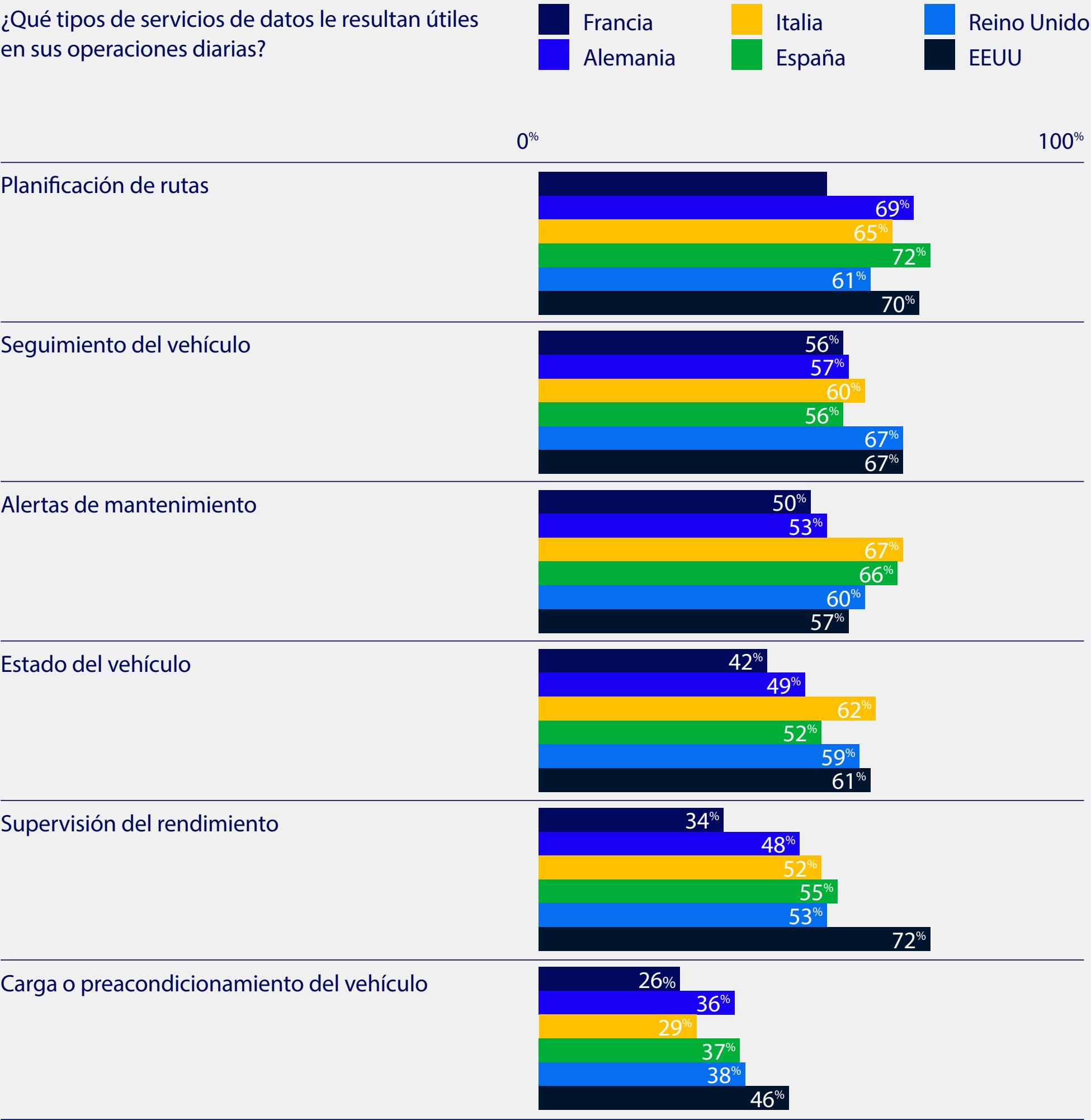


CASO PRÁCTICO

Lloyds British utiliza su flota de Transit Custom para prestar servicios de seguridad industrial en el Reino Unido. Emplea también el Taller Móvil de Ford Pro para mantener la productividad de la flota y garantizar que los vehículos estén operativos el mayor tiempo posible. Los equipos de Taller Móvil de Ford Pro visitan a sus ingenieros para reparar, revisar y retirar sus vehículos si es necesario en el momento y lugar más conveniente para los ingenieros. De esta manera, ayudan a ahorrar o evitar que cada furgoneta de la flota (con un total de 70 furgonetas) esté inactiva hasta 60 días.

La brecha es evidente y cerrarla es fundamental, como explica Gould: "Como demuestra la investigación, desde el punto de vista de la concienciación, gran parte del trabajo más difícil ya está hecho: contamos con una enorme comunidad mundial que comprende las ventajas de los datos de los vehículos conectados. Sin embargo, un alto porcentaje no aprovecha todo su potencial, y eso es algo que, como sector, tenemos que abordar.

"La verdad es que, en muchos casos, el 'trabajo diario' se interpone en el camino. Esto no es una crítica, ya que entendemos perfectamente que los conductores de furgonetas están ocupados y sufren presión para llegar al siguiente trabajo, además de que comunicar una incidencia suele conllevar un retraso a corto plazo. No obstante, ignorar un problema evidente acaba conduciendo a un problema mayor más adelante. Si al final el conductor tiene que realizar una intervención o reparación mayor y más costosa, el vehículo estará fuera de la carretera durante más tiempo del necesario. A los gestores de flotas les ocurre algo parecido: como propietarios de pequeñas o medianas empresas, están muy ocupados manteniendo las operaciones en marcha y, siendo realistas, no pueden estar continuamente consultando los salpicaderos".





Un puente entre el mundo digital y el físico

Aquí es donde la capacidad de los OEM para tender puentes entre el mundo digital y el físico cobra todo el sentido. En la situación que hemos descrito antes, el papel del proveedor de datos es proporcionar al cliente los datos necesarios para tomar decisiones informadas que le faciliten el día a día y le ayuden a evitar problemas. El vínculo con el mundo físico del mantenimiento y la reparación es fundamental en este caso, ya que les permite pedir piezas antes de que el vehículo llegue al concesionario. Gracias a esto, los vehículos de trabajo y los conductores están operativos el mayor tiempo posible, y los periodos de inactividad se reducen.

Como dice Gould: "La idea de usar software para mantenimiento significa que podemos ser más proactivos y menos reactivos a los problemas de los clientes y, en algunos casos, ver el problema antes que ellos. Cuanto más puedan demostrar los proveedores el valor que tiene esto, más propensos serán los conductores y los gestores a considerar los datos de sus vehículos conectados como un amigo del día a día, en lugar de un conocido ocasional".

Grandes brechas y oportunidades para las pequeñas empresas

Una de las conclusiones más destacadas del estudio es que, en relación con el uso de la telemática, el tamaño importa. Como se ha mencionado antes, el uso global de la telemática va en aumento, como demuestra el crecimiento constante de las suscripciones a la telemática de Ford Pro. Sin embargo, si lo analizamos con más detalle, veremos que el panorama es bastante diferente en el caso de las pequeñas empresas y las flotas. Preocupa que solo el 37 % de los conductores de pequeñas empresas (1-10 vehículos) utilicen actualmente la telemática, lo que indica que aún hay trabajo pendiente en este ámbito.

CASO PRÁCTICO

Dacher von Hunhold, una empresa alemana de construcción y techado, desea electrificar sus 13 vehículos Ford en el futuro. También disfruta de los beneficios de la telemática Ford Pro desde 2023, que incluye el seguimiento de la ubicación de los vehículos, y la supervisión de su estado para poder atender las diferentes necesidades de las obras.

Por el contrario, Ford Pro destacó anteriormente que el 99 % de las empresas europeas son pequeñas y medianas empresas (pymes) (23 millones), y que los vehículos comerciales aportarían alrededor de un billón de euros al PIB de toda Europa en 2023, según su reciente informe elaborado junto con el [Centro de Investigaciones Económicas y Comerciales \(Centre for Economic and Business Research, Cebr\)](#). Los beneficios de actividad y productividad que aportan los datos y el software de los vehículos conectados también pueden tener un impacto muy positivo en la productividad de las empresas y la economía europea.

Este contexto no hace sino reforzar la magnitud de este desafío. Puede que el dato del 37 % de los conductores de pequeñas empresas sea aún más sorprendente si se compara con el hecho de que, según las conclusiones generales y la aportación de las furgonetas a las economías globales, el estado de los vehículos encabeza la lista de prioridades de los conductores de pequeñas empresas. Sin embargo, si las pequeñas empresas no comprenden plenamente toda

la capacidad y el potencial de ahorro que puede ofrecerles la telemática, estamos ante una importante brecha en la formación y en el potencial de valor para este tipo de negocios.

Como explica Gould, el sector debe realizar una importante labor con las flotas de las pequeñas empresas:

"La concienciación es una parte fundamental del proceso, pero en muchos casos las pequeñas empresas no cuentan con un gestor de flotas. Por eso debemos proporcionar a los conductores las herramientas de datos adecuadas para que puedan gestionar sus flotas 'sobre la marcha'. La aplicación Ford Pro Telematics Drive es un buen ejemplo, pero aquí es donde podemos coordinarnos mejor como sector para apoyar a las pequeñas y medianas empresas y a los conductores de sus flotas".



Segunda parte

La brecha formativa



En general, el uso de la telemática en el sector goza de buena salud.

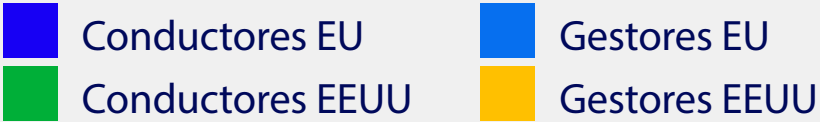
Pero, ¿están sacando los conductores de furgonetas y los gestores de flotas el máximo partido a los datos transformacionales que tienen a su alcance?

Según los resultados de la investigación de Ford Pro, la respuesta corta es "no".

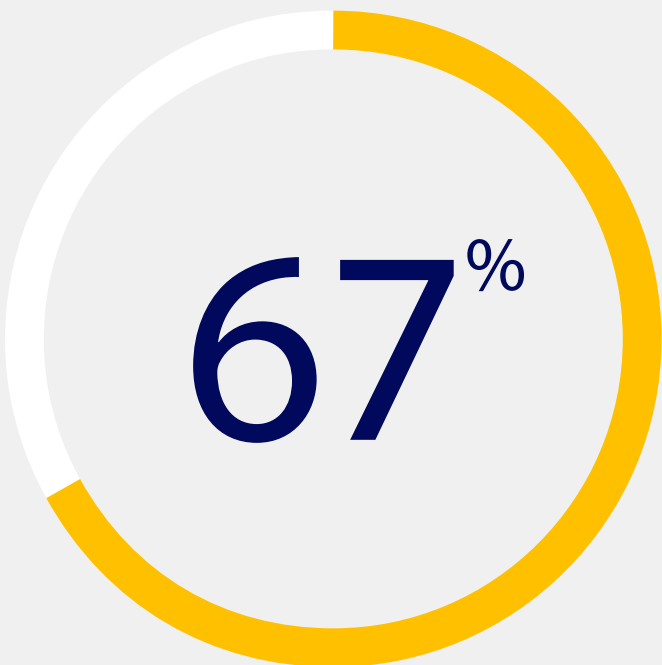
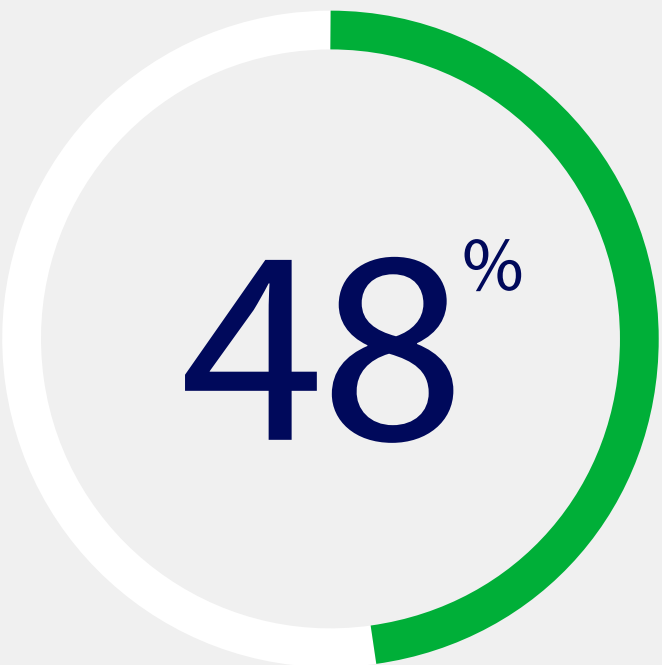
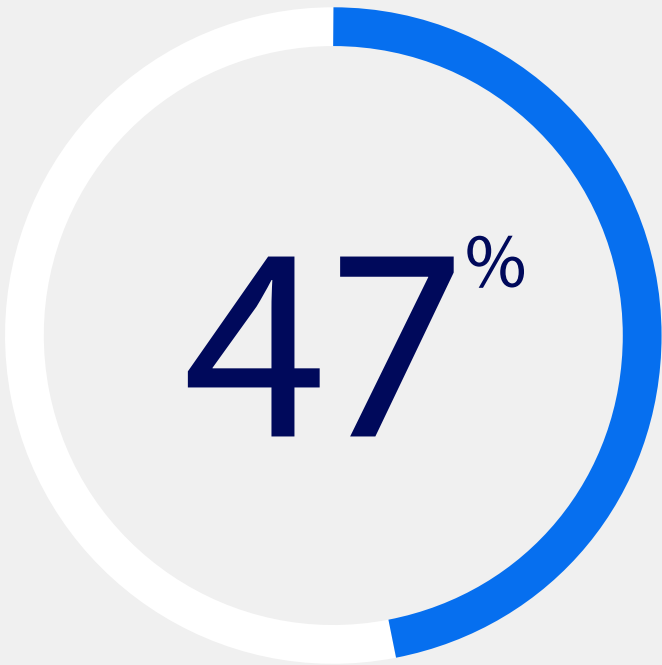
Al igual que ocurre con el uso, los conductores de flotas pequeñas están rezagados, pues solo uno de cada diez conductores de furgonetas de todo el mundo sabe "mucho". Esta cifra contrasta con el 19 % de los conductores de las flotas medianas y el 38 % de los conductores de las flotas grandes. Y lo que es más preocupante, más de 1 de cada 3 (38 %) conductores de pequeñas empresas no sabe nada en absoluto, frente al 18 % de conductores de las flotas medianas y el 7 % de los conductores de las flotas grandes.

Y mientras que en Europa, en general, el 71 % de los conductores de furgonetas sabe bien cómo se recopilan, comparten y utilizan los datos telemáticos, esta cifra cae a menos de la mitad (42 %) entre los conductores de pequeñas empresas. Una vez más, la brecha es evidente y, de nuevo, las flotas de las pequeñas empresas corren el riesgo de caer en ella.

¿Hasta qué punto sabe utilizar los datos que le proporciona el software de su vehículo para ahorrar tiempo y dinero a su empresa?



Sé utilizarlos muy bien:



"La transparencia en el uso de los datos es fundamental... Me gustaría saber qué datos son visibles".

Tienen la respuesta justo delante

Gould valora así los resultados: "En primer lugar, la disparidad entre la cifra total de conductores de furgonetas (32 %) y la cifra mucho mayor de gestores de flotas (57 %) demuestra claramente la oportunidad que tienen estos últimos de mejorar la cualificación de los primeros. Como sector, esto es algo que tenemos que facilitar explicando mejor el impacto de estas funciones digitales pioneras en todos los aspectos de la empresa.

"Tradicionalmente, la telemática ha sido considerada por algunos como una especie de 'Gran Hermano'; por eso, tenemos que demostrar el valor que puede aportar a conductores, gestores y empresas en general y destacar por qué es digna de confianza. La realidad es que tienen justo delante la capacidad de ahorrar tiempo en el día a día, de gestionar una flota más segura y de alcanzar los objetivos de sostenibilidad, solo que tal vez no se dan cuenta.

"Tenemos muchas conversaciones con nuestros clientes porque no saben que tienen un módem integrado en su vehículo que les aporta todo este valor, además de incorporar funciones de privacidad. Hay una falta de concienciación y formación en el mercado que debemos abordar, porque cuando los clientes se dan cuenta de lo que puede hacer la tecnología, tienen una especie de revelación"

Una oportunidad de seguir avanzando

Esta brecha formativa no significa que el sector de

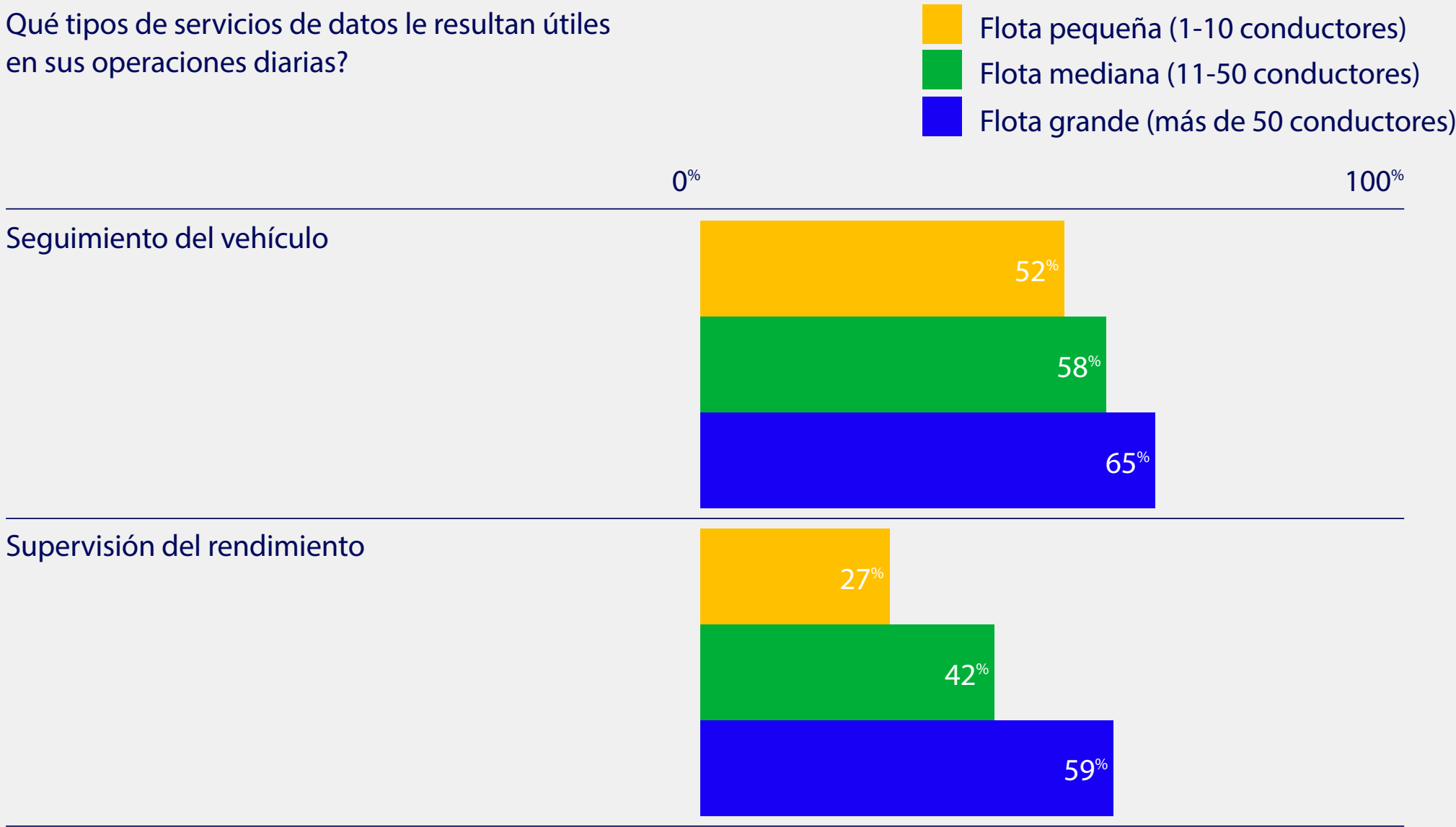
los vehículos comerciales no esté aprovechando las ventajas de los datos de los vehículos conectados ni mucho menos.

Gestionar su jornada y sus vehículos son las principales prioridades de los conductores de furgonetas en Europa; aquí se incluye la planificación de rutas (64 %), seguida del seguimiento del vehículo (59 %) y las alertas de mantenimiento (59 %). Las cifras correspondientes en Estados Unidos son 70 %, 67 % y 57 %, respectivamente.

Sin embargo, solo la mitad de los conductores europeos de furgonetas utilizan actualmente la telemática para poner en marcha medidas preventivas que les ayuden a evitar tiempos de inactividad planificados o imprevistos, como el control del estado del vehículo (53 %) o la supervisión del rendimiento (49 %), frente a las cifras correspondientes del 61 % y el 72 % en Estados Unidos.

En cuanto a los gestores de flotas globales, consiguen llegar a un equilibrio entre las necesidades del día a día y las medidas preventivas. El seguimiento de los vehículos es una de las mayores prioridades, ya que el 89 % lo considera útil en las operaciones diarias, seguido de las alertas de mantenimiento (81 %), el estado del vehículo (75 %) y la supervisión del rendimiento (75 %).

Qué tipos de servicios de datos le resultan útiles en sus operaciones diarias?

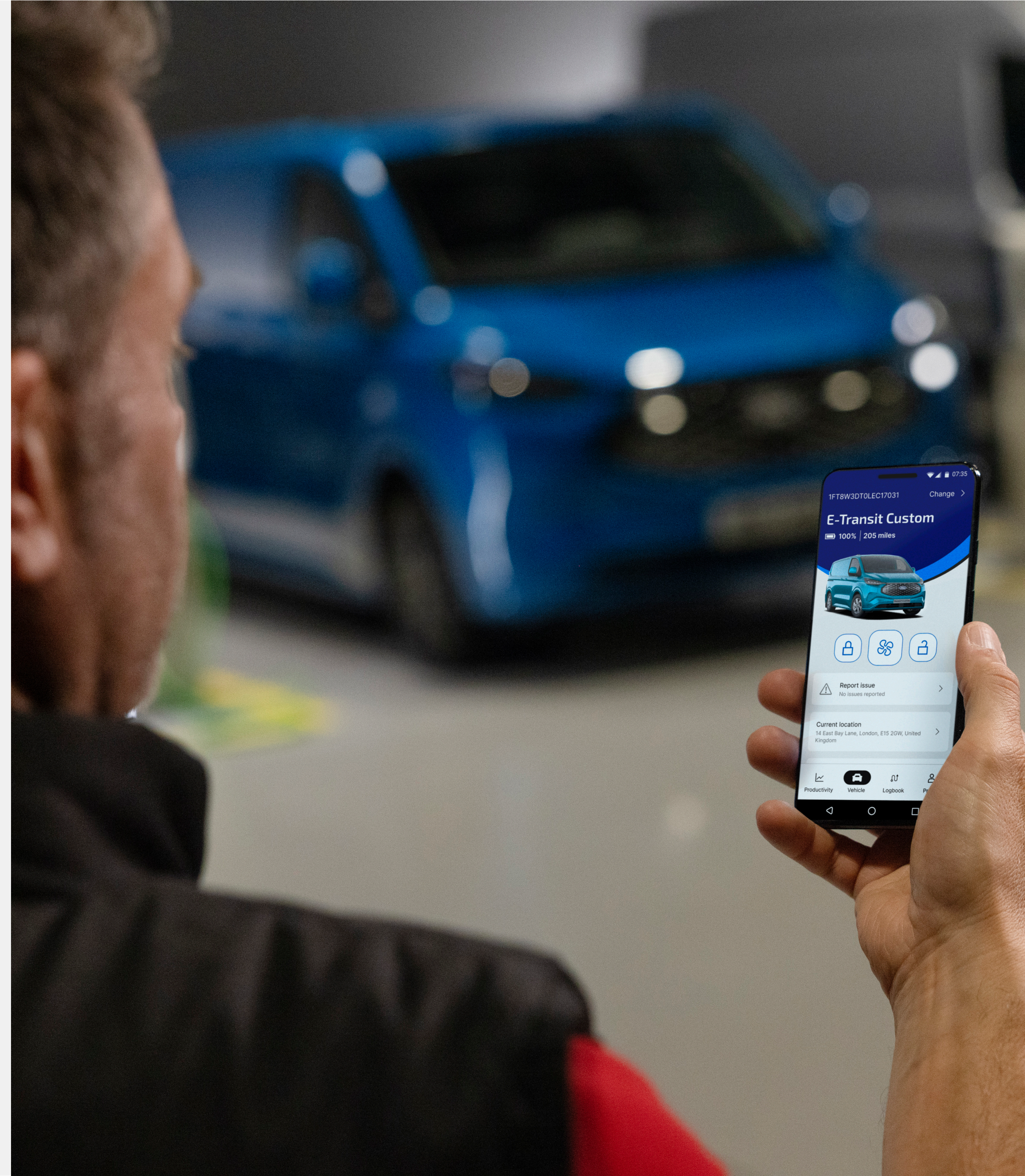


Vemos una vez más que los conductores de las pequeñas empresas hacen un menor uso de todos los servicios. En concreto, utilizan el seguimiento del vehículo y la supervisión del rendimiento la mitad de veces que los conductores de grandes flotas. Como desempeñan varias funciones y tienen más exigencias de tiempo, los datos de los vehículos conectados podrían ayudarles a trabajar de forma más eficiente y a reducir los tiempos de inactividad.

Gould valora así la oportunidad: "Lo que nos dicen estas cifras es que la puerta de la telemática está abierta de par en par y que, cuando la gente decide entrar, entiende perfectamente el valor que ofrece. El reto consiste ahora en animar a más gente a entrar: si somos capaces de mostrar mejor las ventajas de la telemática que ya se utiliza, podremos empezar a superar realmente la brecha formativa que señala la investigación".

Tercera parte

La brecha de la privacidad de los datos

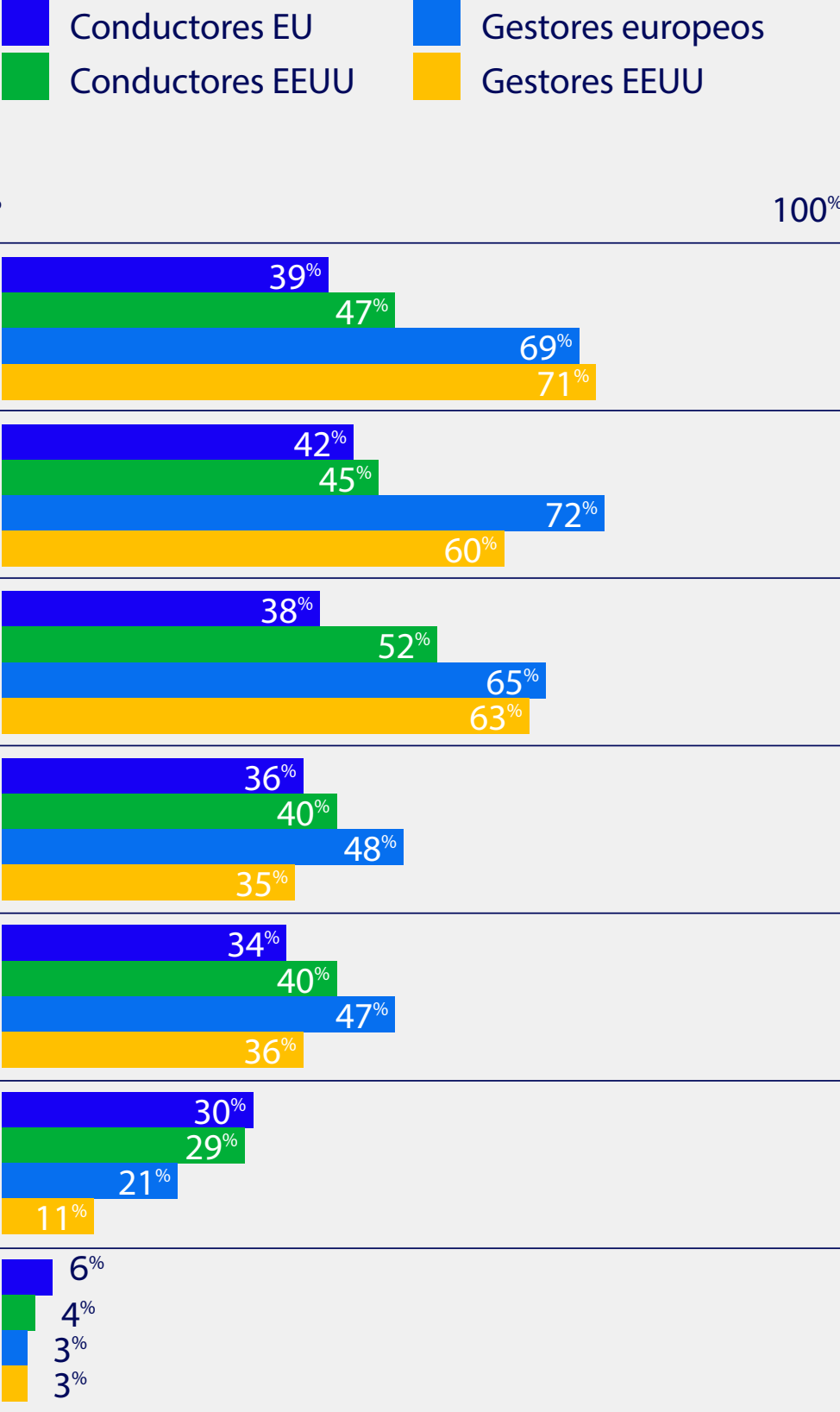


A medida que el ritmo implacable de la transformación digital continúa acelerándose, la privacidad de los datos sigue siendo una preocupación para los clientes, que quieren saber cómo se gestionan y comparten sus datos con terceros, y no terminan de entender en qué consiste ese proceso durante su experiencia como propietarios.

Así pues, no es de extrañar que, a nivel mundial, el 94 % de los conductores de furgonetas y el 97 % de los gestores de flotas tengan dudas sobre la privacidad de los datos en los vehículos conectados. Tanto los conductores de furgonetas como los gestores de flotas tienen las mismas preocupaciones: el intercambio de datos sin consentimiento (42 % y 66 %), el intercambio de datos con terceros (40 % y 70 %) y las violaciones de la seguridad de los datos (40 % y 64 %).

Y lo que es más importante, el 86 % de los gestores de flotas afirma que la privacidad de los datos influiría en su decisión de continuar con la misma marca de vehículos comerciales o cambiar a otra diferente; este porcentaje se eleva al 91 % entre los conductores europeos de furgonetas y al 88 % entre los conductores de furgonetas estadounidenses. Estas cifras son muy similares en todos los mercados y ponen de manifiesto un auténtico reto para los OEM: su reputación en materia de gestión y protección de datos es importante.

¿Qué posibles problemas de privacidad de datos le preocupan en relación con los servicios de datos de su vehículo?



Curiosamente, el seguimiento global de la ubicación preocupa menos que la privacidad de los datos tanto a los conductores de furgonetas como a los gestores de flotas, con un 36 % y un 41 % respectivamente, frente al intercambio de datos con terceros (40 % y 70 %) y el intercambio de datos sin consentimiento (42 % y 66 %).

"Mi principal preocupación es la filtración de datos y su posible reventa"

Gould señala la importancia de la transparencia: "A medida que el mundo empresarial sigue sumándose a esta implacable ola de transformación, depende de empresas como Ford Pro y otros líderes del sector ser transparentes y claros sobre cómo pueden ayudar los datos a los conductores de furgonetas y gestores de flotas en su trabajo diario y cómo protegemos y limitamos su uso para ese propósito. El hecho de que el 86 % de los gestores de flotas afirme que la privacidad de los datos influye en su decisión de compra demuestra que se trata de un tema de gran importancia para ellos, por lo que tenemos que explicarlo mejor".

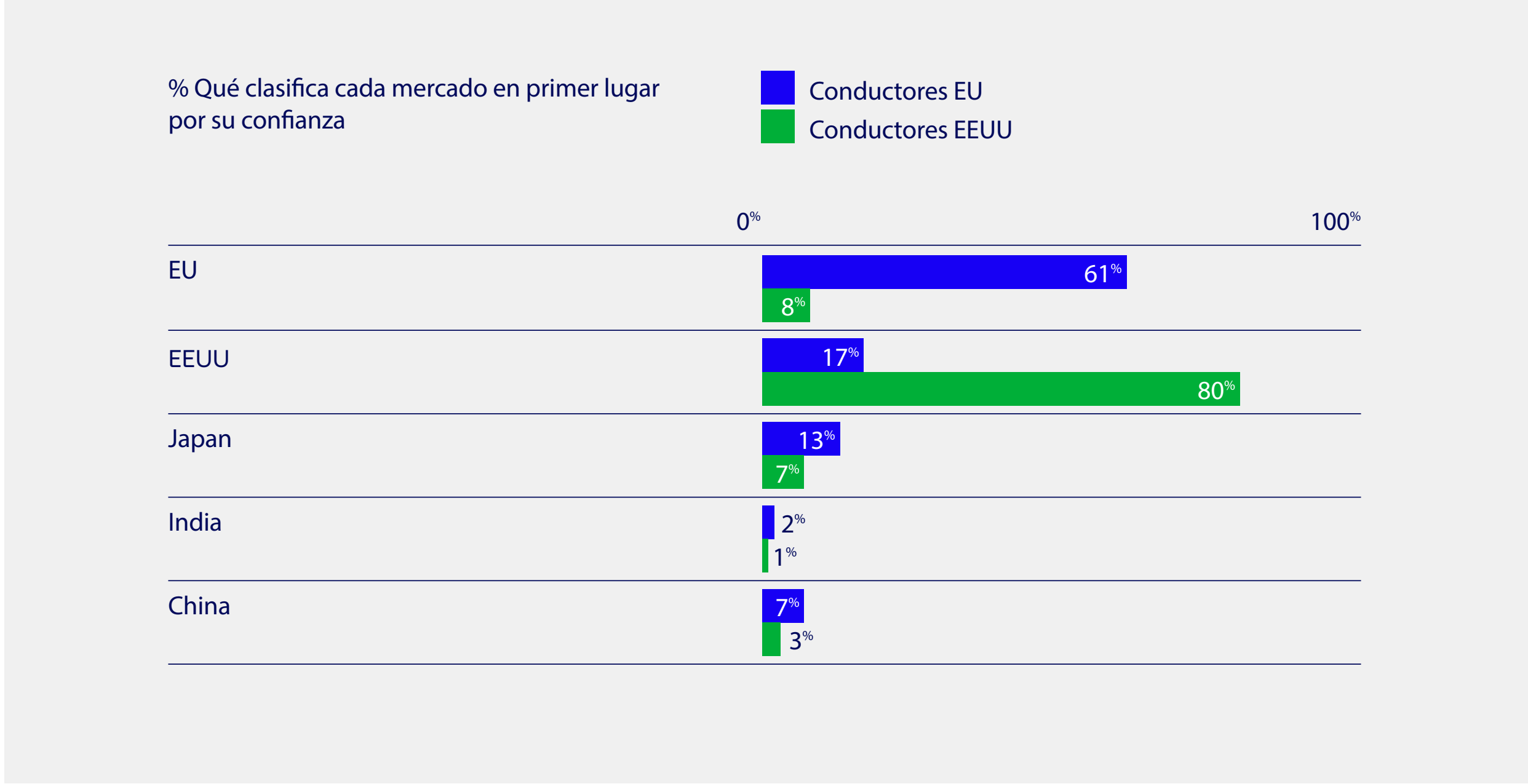
El efecto del mercado local

Ante la preocupación por la privacidad de los datos, tal vez no es sorprendente que los responsables de las flotas se sientan más tranquilos si están familiarizados con empresas y marcas que conocen y en las que confían.

La investigación encargada por Ford Pro reveló que los conductores de furgonetas tienen un 22 % más de probabilidades de poseer un vehículo comercial de un mercado si ellos pertenecen a ese mismo mercado. Este dato pone de relieve que el origen de una marca también es importante para el cliente. En un mercado en el que participan nuevos actores de todo el mundo y en el que hay más competencia que nunca con marcas nuevas y existentes, el conocimiento y la confianza en una marca dentro de su mercado es un factor decisivo clave en el proceso de compra.

En cuanto a la privacidad de los datos, Ford es la marca en la que más se confía frente a un conjunto de competidores del sector de la automoción en EE. UU. (81 %) y Reino Unido (49 %), donde la empresa tiene una larga trayectoria de liderazgo en vehículos comerciales.

Entre los conductores de flotas europeas, la UE es el



mercado que más confía en la privacidad de los datos (61 %), seguida de EE. UU., Japón, China e India. En general, la confianza en la privacidad de los datos de la furgoneta que poseen es mayor entre los conductores estadounidenses de furgonetas y menor en Francia. En general, los conductores de pequeñas empresas confían menos en todas las marcas en materia de privacidad de los datos.

Entre los gestores de flotas de todo el mundo, los vehículos fabricados en la UE son los que más confianza generan, seguidos de los de EE. UU., mientras que China ocupa el último lugar.

Gould añade a su análisis: "En cuanto a la confianza en la marca, hoy en día los clientes ya no se limitan a comprar vehículos, sino que establecen relaciones. Es mucho más que una inversión financiera: es una inversión en una solución global y en una colaboración".

"Por ejemplo, en Ford Pro no solo ofrecemos vehículos: también contamos con software, servicios, soluciones de carga y de financiación. Los clientes exigen simplicidad y les gusta que un mismo proveedor les facilite todo lo que necesitan. Se trata de crear colaboraciones y para ello tiene que haber un nivel de confianza entre las dos partes. Para prestar estos servicios, los datos son un elemento fundamental, y los clientes necesitan sentirse cómodos al compartir sus datos con un socio de confianza".

"Aquí es donde los concesionarios pueden desempeñar un papel clave al haber entablado relaciones con los clientes a lo largo de muchos años. Esta conexión es especialmente fuerte con las flotas pequeñas y medianas, con las que a menudo ha existido una relación durante generaciones y que desempeñarán un papel cada vez más importante a la hora de decidir a dónde acudir para asesorarse y obtener servicios y soluciones".

Supervisar la confianza

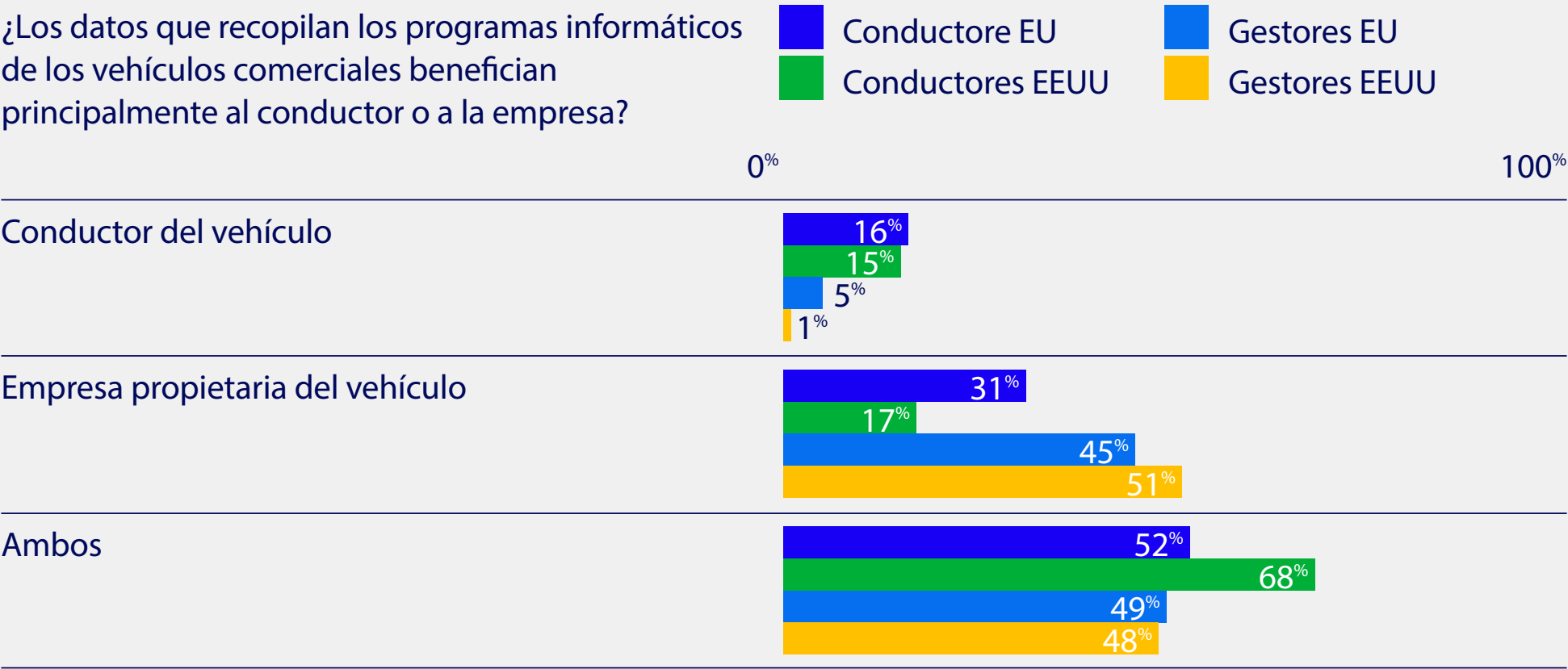
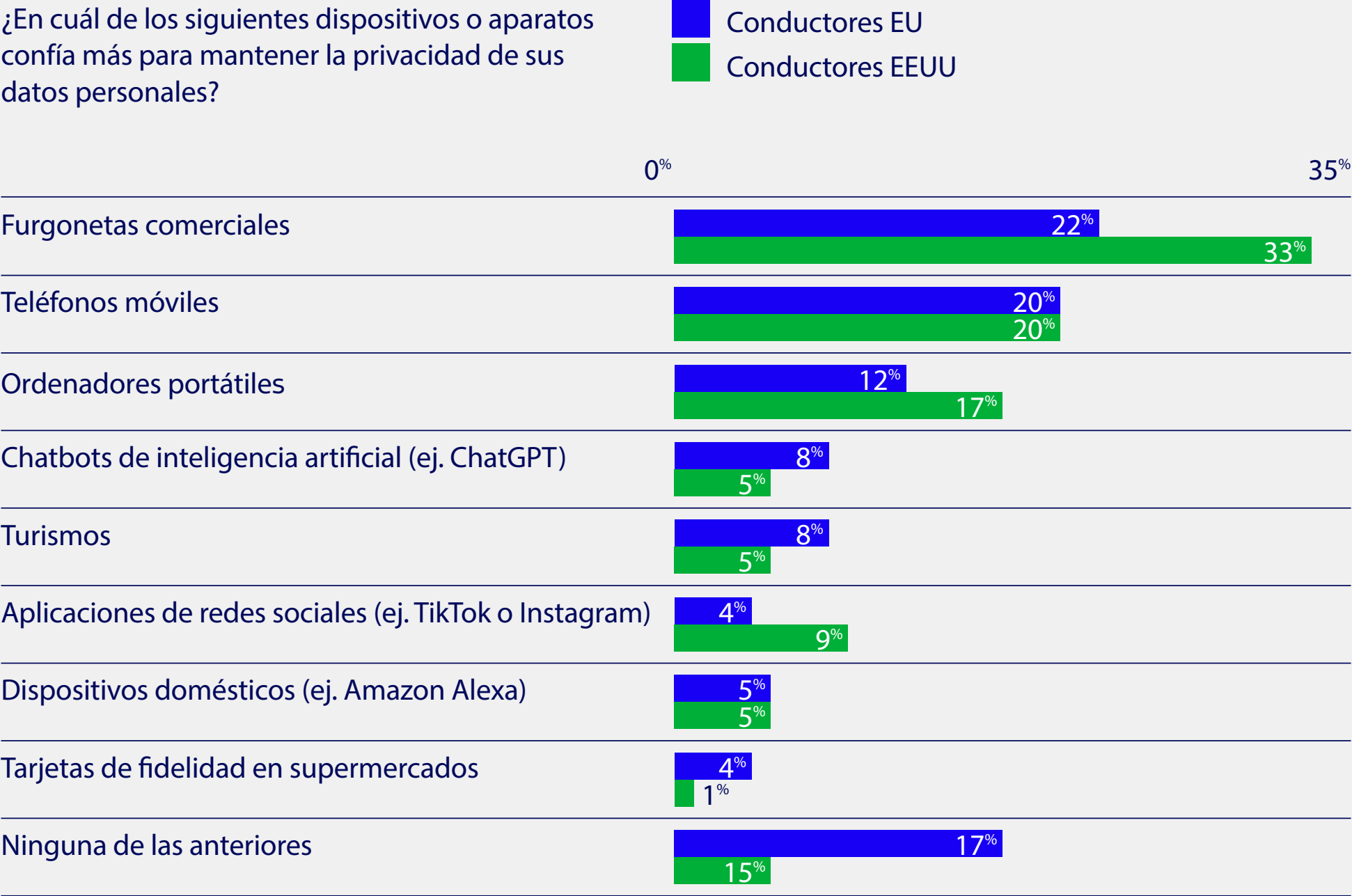
Tal vez como consecuencia de algunas de estas relaciones a largo plazo, los niveles de confianza de los conductores de flotas de vehículos comerciales son más altos que los de otros dispositivos y software de seguimiento de datos.

Al preguntar a los conductores de furgonetas qué confianza tienen en ellas en comparación con los dispositivos que utilizan a diario —como teléfonos móviles, ordenadores portátiles, IA y otros—, quedó claro que para los conductores europeos y estadounidenses la más fiable era la modesta furgoneta. Esto es importante porque demuestra que la relación que los conductores establecen con sus vehículos marca la diferencia a la hora de confiar no solo en que ese vehículo funcione bien, sino también en que mantenga a salvo sus datos.

Sin embargo, el panorama cambia entre los gestores de flotas, quienes consideran que las furgonetas son menos fiables en materia de privacidad de datos que los ordenadores portátiles y los teléfonos móviles, que son los dispositivos en los que más confían.

Además, la gran mayoría de los conductores de flotas (91 %) piensa que las normas de privacidad de datos para vehículos comerciales son más estrictas o iguales que para otros sectores comparables. Esta percepción es ligeramente inferior entre los gestores de flotas (78 %).

Aquí hay una subtrama interesante. Aunque algunos de los datos analizados indican que persiste la desconfianza respecto al uso de los datos entre quienes aún no están del todo convencidos de su potencial, hay indicios de que nosotros, como sector, estamos cambiando esa percepción. Prueba de ello es que el 52 % de los conductores de furgonetas de Europa y el 68 % de Estados Unidos han reconocido que la telemática beneficia tanto al conductor como a la empresa de flotas. Esto demuestra que, al aceptar las aplicaciones y comprender totalmente los beneficios para su negocio, los conductores y gestores de flotas coinciden en que los datos del vehículo son de utilidad.



Conclusión

Hoy sabemos que los datos de los vehículos conectados son una herramienta de valor incalculable para las flotas de todo el mundo: optimizan el rendimiento de vehículos y conductores, resuelven problemas e impulsan mejoras en los resultados.

Pero lo que este nuevo estudio indica claramente es que la transición conjunta hacia el uso de los datos de vehículos conectados no ha hecho más que empezar; de hecho, la brecha de uso, formación y privacidad de datos que hemos visto en este informe impide que muchas empresas de flotas aprovechen todo el valor transformador de sus datos. Si conseguimos cerrar la brecha, podremos acelerar la productividad de las empresas, ya sean grandes o pequeñas, enseñándoles el valor de los datos de los vehículos conectados en la mejora de los tiempos de actividad, en el coste de los tiempos de inactividad en sus operaciones y en la rentabilidad.

Para las pequeñas empresas en particular, este informe ha puesto de manifiesto que hay una importante laguna no solo en la formación y el uso de los datos, sino también en el valor añadido que los datos pueden aportar a las empresas que gestionan menos furgonetas, donde cada céntimo cuenta.

Como sector, los fabricantes de equipos originales son responsables de garantizar que no haya "brechas" en el valor que los datos aportan a las empresas, y de que estas comprendan también ese valor para sus operaciones. Además, debemos asegurarnos de cerrar la brecha entre la adopción de datos por parte de las grandes empresas con flotas extensas y las pymes, tanto en Europa como en el resto del mundo, para garantizar que todas las empresas aprovechen las ventajas operativas y de productividad que ofrece un ecosistema de vehículos conectados con software y servicios.

A medida que la tecnología siga evolucionando a un ritmo vertiginoso, los datos de los vehículos conectados desempeñarán un papel aún más importante, por lo que ha llegado el momento de darle un papel protagonista en su empresa a las soluciones basadas en datos. Como dice Jeremy Goud: "Veo un mundo en el que todos los vehículos están conectados y todas las flotas utilizan más y más software para gestionar su actividad". Ese mundo se acerca rápidamente, y 2025 es el momento de dar el paso.



Acerca de Ford Motor Company

Ford Motor Company (Bolsa de Nueva York: F) es una multinacional con sede en Dearborn (Míchigan) que tiene el compromiso de ayudar a construir un mundo mejor, donde cada persona sea libre de moverse y perseguir sus sueños.

El plan Ford+ de la empresa para el crecimiento y la creación de valor combina las fortalezas existentes, las nuevas capacidades y las relaciones permanentes con los clientes para enriquecer sus experiencias y profundizar su lealtad.

Ford desarrolla y comercializa vehículos innovadores e imprescindibles, como camiones, vehículos utilitarios deportivos, furgonetas comerciales y turismos Ford, además de vehículos de lujo Lincoln, junto con servicios conectados.

La empresa opera mediante de tres divisiones centradas en el cliente: Ford Blue, que diseña vehículos icónicos híbridos y de gasolina; Ford Model e, que crea vehículos eléctricos revolucionarios junto con software integrado que ofrece experiencias digitales excepcionales a todos los clientes; y Ford Pro, que ayuda a los clientes comerciales a transformar y expandir sus negocios con vehículos y servicios adaptados a sus necesidades.

Además, Ford ofrece servicios financieros a través de Ford Motor Credit Company. Ford emplea a unas 171.000 personas en todo el mundo. Más información sobre la empresa y sus productos y servicios en corporate.ford.com.

