



Soluciones de gestión del agua basados en IT globales para el 2014



FROST & SULLIVAN
FROST & SULLIVAN



50 Years of Growth, Innovation & Leadership

Premio a la innovación en mercados emergentes Gestión del Agua basada en tecnología de la información Global, 2014

Plataforma de investigación global de Frost &Sullivan

Frost & Sullivan se encuentra en su 50 años de negocios con una organización mundial de investigación con 1.800 analistas y consultores que supervisan más de 300 industrias y 250.000 empresas. La filosofía de investigación de la compañía se origina con la perspectiva del CEO en 360 grados (CEO's 360 Degree Perspective™), que sirve como base de su metodología de investigación TEAM™. Este enfoque único nos permite determinar cómo las mejores empresas en su clase a nivel mundial gestionan el crecimiento, la innovación y el liderazgo. Con fundamento en los hallazgos de esta investigación acerca de las Mejores Prácticas, Frost & Sullivan se complace en presentar el Premio 2014 a la Innovación de Mercados Emergentes Globales en soluciones de gestión del agua basados en IT al Grupo Arad (Arad Group).

Importancia del Premio Innovación de los mercados emergentes (EMI)

Al hacer frente a una población cada vez con mayor crecimiento y junto con ella la disminución exponencial de los recursos naturales, la gestión del agua es crítica, especialmente en los mercados emergentes. Aunque la mayoría de los mercados emergentes están tratando de poner en práctica estrategias de gestión del agua, la gestión eficiente del agua sigue siendo un tema crucial debido a los retos en la infraestructura, la tecnología y conocimientos técnicos. Saber aprovechar el potencial de estos mercados impulsará el crecimiento de una empresa, sin embargo, la empresa tendría que diseñar y seguir una estrategia a medida de los mercados emergentes, ya que estos mercados son inherentemente muy diferentes de los mercados desarrollados. Un verdadero 'Innovador de mercados emergentes' no utiliza el enfoque de "talla única para todos", y en su lugar, se reorienta adecuadamente sus estrategias, productos y soluciones para hacer frente a los retos y necesidades únicas de los mercados emergentes.

Desafíos clave de la industria

- La infraestructura Sub-par es un reto en algunos mercados emergentes. Por ejemplo, los tubos defectuosos suponen un obstáculo para la gestión eficiente del agua.
- La alta sensibilidad a los precios en los mercados emergentes a menudo impide la adopción de productos/soluciones de gestión del agua de la empresa.
- La falta de familiaridad con el uso de soluciones avanzadas de medición constituyen una barrera para la aceptación en los mercados.

Frost & Sullivan cree firmemente que las empresas de gestión y medición del agua pueden ampliar sus carteras y ganar un liderazgo sostenido en los mercados mundiales utilizando

la innovación de mercados emergentes para hacer frente a estos desafíos.

Criterios de evaluación comparativa claves para el Premio a la Innovación de Mercados Emergentes

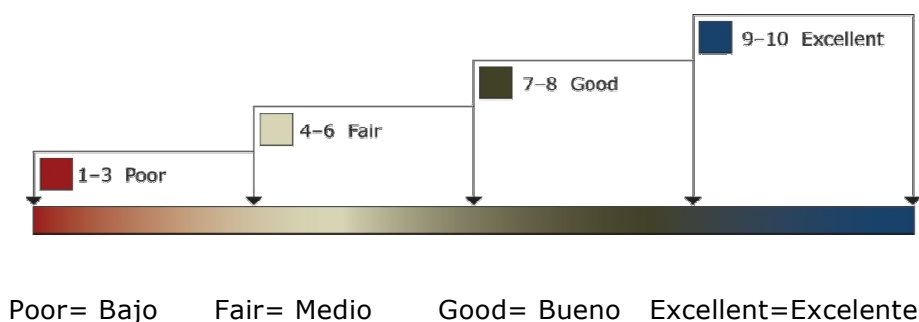
Para el premio a la innovación de los mercados emergentes, se utilizaron los siguientes criterios para evaluar el rendimiento del Grupo Arad contra sus competidores principales:

- Centrarse en el crecimiento a través de la expansión geográfica
- Capacidad de localizar requerimientos de los mercados emergentes
- Enfoque inclusivo de los mercados emergentes
- Servicio al Cliente adaptado a las necesidades regionales
- Modelo único para atacar el mercado e impacto en el crecimiento

Matriz de soporte a la decisión y criterios de medición

Para apoyar su evaluación de las mejores prácticas a través de múltiples categorías de rendimiento empresarial, Frost & Sullivan utiliza una matriz de soporte de las decisiones personalizadas (DSM). El DSM es una herramienta analítica que compara el rendimiento relativo de las empresas entre sí con una integración de parámetros métricos cuantitativos y cualitativos. El DSM cuenta con criterios únicos para cada categoría de premios y califica la importancia mediante la asignación de valor ponderable a cada criterio. La ponderación relativa refleja las condiciones actuales del mercado y muestra la importancia asociada de cada criterio de acuerdo con Frost & Sullivan. Fundamentalmente, cada DSM es diferente para cada mercado y categoría de premio. El DSM les permite a nuestros equipos de investigación y consultoría analizar objetivamente el desempeño de cada empresa en cada criterio con respecto a sus principales competidores y asignar calificaciones de rendimiento sobre esa base. El DSM sigue una escala de 10 puntos que permite matices en la evaluación del desempeño; las directrices de evaluación se muestran en el Gráfico 1.

Gráfico 1: Calificaciones de los rendimientos basados en la Matriz de Soporte a las Decisiones



Este ejercicio abarca todos los criterios, lo que lleva a una calificación del promedio ponderado de cada empresa. Los investigadores, pueden a continuación identificar fácilmente a la empresa con el más alto ranking. Como paso final, el equipo de investigación confirma la veracidad del modelo al asegurar que los pequeños cambios en las calificaciones de un criterio específico no dan lugar a un cambio significativo en las clasificaciones relativas globales de las empresas.

Gráfico 2: Proceso de 10 pasos de Frost & Sullivan para la identificación de los beneficiarios de los premios



<p>Paso 1</p> <p>Analizar los retos y oportunidades de la industria</p>	<p>Paso 2</p> <p>Confirmar las categorías de relevancia e importancia para el premio</p>	<p>Paso 3</p> <p>Establecer los criterios de adjudicación</p>	<p>Paso 4</p> <p>Desarrollar los Instrumentos de investigación de las mejores prácticas</p>	<p>Paso 5</p> <p>Llevar a cabo la mejor investigación de prácticas con valor relacionado a la industria</p>
<p>Paso 6</p> <p>Establecer los atributos de los criterios ponderados relativos</p>	<p>Paso 7</p> <p>Nominar las 3 mejores compañías para el premio</p>	<p>Paso 8</p> <p>Determinar las puntuaciones para cada empresa basados en los criterios</p>	<p>Paso 9</p> <p>Completar las puntuaciones para todos los criterios y empresas</p>	<p>Paso 10</p> <p>Identificar los recipientes del premio basados en el peso ponderado final</p>

Premio a las Mejores Prácticas otorgado al Grupo Arad

La Matriz de Soporte de Decisiones, que se muestra en el gráfico 3, ilustra la importancia relativa de cada criterio para el Premio a la Innovación de mercados emergentes y las calificaciones de cada empresa en proceso de evaluación. Para seguir siendo imparcial y al mismo tiempo proteger los intereses de las otras organizaciones examinadas, hemos optado por hacer referencia a los otros competidores claves denominándolos como Competidor 1 Competidor y 2.

Gráfico 3: Matriz de soporte de las decisiones: Premio a la innovación en mercados emergentes

<p>Medición de 1 a 10 (1 = más bajo; 10 = más alto)</p>	<p>Criterios de Adjudicación</p>
---	---

	Centrarse en el crecimiento a través de la expansión geográfica	Capacidad de localizar requerimientos de los mercados emergentes	Enfoque inclusivo de los mercados emergentes	Servicio al Cliente adaptado a las necesidades regionales	Modelo único para atacar el mercado e impacto en el crecimiento	Puntuación ponderada
Peso relativo (%)	20%	20%	20%	20%	20%	100%
Grupo Arad	9,0	9,5	9,0	9,0	8,5	9,0
Competidor 1	8,5	8,5	7,5	8,0	8,0	8,1
Competidor 2	8,0	7,5	7,0	7,0	7,5	7,4

Criterio 1: Centrarse en el crecimiento a través de la expansión geográfica

El Grupo Arad trabaja para proporcionar soluciones de medidores de agua inteligentes a las empresas proveedoras de servicios de agua mediante la capitalización de la necesidad de una gestión eficiente del agua en los mercados emergentes. Con sede en Israel, el grupo cuenta con tres filiales en Israel, una en China, una en los Estados Unidos, y una en España. La compañía ha establecido con éxito una amplia presencia en los mercados emergentes como México, Brasil, Sudáfrica, India y Filipinas. Los mercados emergentes constituyen una parte importante de los negocios del Grupo Arad, y un robusto crecimiento de la compañía en estos mercados es el resultado de una estrategia fuerte en los mercados emergentes. En primer lugar, Arad Grupo identifica los mercados emergentes que poseen tanto la necesidad de medición de agua como una cultura empresarial que apoye los proyectos del Grupo Arad. A partir de ese momento, la empresa colabora con socios locales una vez que se han identificado los mercados objetivos. El Grupo Arad ofrece soluciones de medición de agua a la medida, incluyendo medidores personalizados, sistemas de lectura de medidores, y programas de capacitación. Es evidente que los mercados emergentes representan una parte integral del negocio de la compañía, ya que tiene planes para expandirse en países como Malasia, Indonesia, Perú, Venezuela y Colombia. Estos mercados son los propensos a representar cerca de un tercio de los ingresos de la compañía a corto plazo.

Criterio 2: Capacidad de localizar requerimientos de los mercados emergentes

El Grupo Arad se especializa en la fabricación de medidores de agua a medida en base a los requisitos del país. Por ejemplo, los medidores de agua de la India están contruidos para resistir los golpes de aire resultantes de las interrupciones en el suministro de agua. La compañía también aborda el reto de tuberías defectuosas y fugas de agua existentes en los mercados emergentes. Las soluciones de lectura automática de medidores del Grupo Arad (AMR) le han permitido a las empresas proveedoras de agua detectar la ubicación exacta de las fugas en las tuberías y proceder a arreglarlas sin tener que

reemplazar toda la tubería, lo que les ahorra mucho tiempo y dinero. El Grupo Arad ofrece sistemas de telemedición de los medidores personalizados que se ajustan a las necesidades de los servicios de agua en los mercados emergentes. "Drive-by AMR " (Manejando con AMR) hace uso de un vehículo equipado con un dispositivo de lectura remota que recoge múltiples lecturas de medidores a través de grandes áreas en un corto período de tiempo... 'Walk-por AMR" (Caminando con AMR) utiliza un dispositivo de mano portátil, la cual es una opción muy económica para los servicios públicos. El financiamiento sigue siendo uno de los principales retos, a pesar de la gran cantidad de productos y soluciones que el Grupo Arad pone a disposición de los mercados emergentes. En estos mercados, la compañía supera éste escollo aumentando su cartera de servicios para ofrecer soluciones de financiación para las empresas de servicios públicos. En 2013, la compañía lanzó una aplicación móvil de gestión de agua en Israel, que enlaza los consumidores a la base de datos de su empresa de agua. Cuando el consumidor se conecta, obtiene acceso a una amplia variedad de información, incluyendo los niveles de consumo, las previsiones, alertas de fugas, así como información acerca de las interrupciones de suministro de agua previstas en el área. Como resultado de estas distintas iniciativas, los productos y soluciones del Grupo Arad han ganado amplia aceptación en los mercados emergentes.

Criterio 3: Enfoque inclusivo de los mercados emergentes

El Grupo Arad sigue un enfoque paso a paso para establecer y expandir su negocio en los mercados emergentes. Esto es con el fin de superar los retos asociados con la penetración en los mercados emergentes, tales como el idioma y las barreras culturales. Para empezar, la creación de sociedades locales para promocionar ventas y brindar servicios se establecen y de esa forma ayudan a la compañía a navegar a través de mercados desconocidos. Los socios locales asisten en la superación tanto del idioma, como culturales, así como también las barreras legales. Cuando el nivel de actividad en un mercado en particular alcanza un nivel considerable, el Grupo Arad pasa a establecer una filial en el mercado, pasando de ese modo una transición de operaciones indirectas a operaciones directas. Siguiendo éste enfoque, el Grupo Arad ha logrado con éxito establecer la empresa Arad Measuring Technologies Wuhan Co. Ltd. en China en el año 2012.

Criterio 4: Servicio al Cliente adaptado a las necesidades regionales

El servicio al cliente del Grupo Arad está dirigido a las empresas de servicios públicos, que a su vez proporcionan mejores servicios a los consumidores en una región. Los servicios de apoyo técnico se ofrecen a través de un sistema de varios niveles, lo que asegura la penetración completa de los productos y soluciones de la compañía. El primer nivel consiste en equipos humanos locales que están presentes en todos los mercados emergentes. Estos equipos han sido capacitados y certificados para ofrecer los productos del Grupo Arad, y los clientes pueden acercarse a estos equipos para solicitar servicios que incluyen consultas, información adicional y el reemplazo de medidores. El segundo nivel consiste en especialistas en los productos, los cuales tienen su sede en Israel y en

los Estados Unidos. Si hay un problema que no se puede resolver en cualquiera de estos niveles, se canaliza a través del departamento de investigación y desarrollo en Israel, el cual forma parte del tercer nivel. A través de éste sistema, el Grupo Arad garantiza que las consultas de los consumidores son tratadas de manera eficiente y sistemática.

Las empresas a menudo se enfrentan con la resistencia de los consumidores en los mercados emergentes para introducir productos y soluciones de vanguardia, hecho éste que ocurre debido a la falta de familiaridad y la falta de conocimientos técnicos. El Grupo Arad no es ajeno a éste problema. Se ha introducido servicios de formación profesional para hacer frente a este desafío. Los servicios de formación del Grupo Arad están dirigidos a fomentar el conocimiento y las habilidades de sus clientes, garantizando así una utilización óptima de sus sistemas de gestión del agua.

Criterio 5: Modelo único para atacar el mercado e impacto en el crecimiento

El Grupo Arad ha desarrollado CityMind, un sistema de gestión de datos de medición basado en la Red que permite la gestión remota de múltiples medidores. Esto se hizo con el fin de ayudar a la gestión y seguimiento de múltiples medidores en las zonas de operaciones de la compañía. Además, éste servicio le proporciona a los usuarios con diferentes informes, análisis estadísticos y alertas en tiempo real. El Grupo Arad también ha colaborado con éxito con IBM Corporation para desarrollar un algoritmo especial para CityMind que reduce alertas falsas-positivas de medidores en un 55%, ahorrando mucho tiempo y dinero a la empresa de servicios. Esta solución CityMind está siendo utilizada por varias empresas de servicios públicos en todo el mundo, y la compañía está explorando la posibilidad de colaboraciones similares con otras empresas de IT en el ámbito del análisis avanzado de datos. Con respecto a los propios medidores, el Grupo Arad se ha distinguido al colocar sistemas de radio dentro de los medidores, a diferencia de sus competidores que colocan los sistemas de radio externamente. La colocación interna elimina el riesgo de robo o daños en los sistemas. Como consecuencia de estas distintas iniciativas, el Grupo Arad se ha consolidado como un baluarte en soluciones de medidores de agua inteligentes en los mercados emergentes.

Conclusión

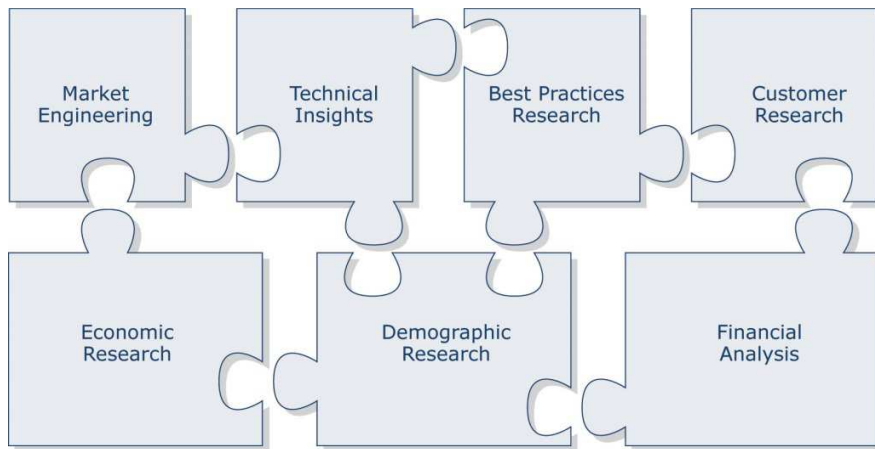
La gestión del agua es una necesidad urgente en los mercados emergentes. Sin embargo, los desafíos, como la infraestructura inadecuada, la falta de experiencia, y financiamientos insuficientes han agravado la gestión eficiente del agua. El Grupo Arad ha sabido identificar correctamente estos desafíos y ofrece medidores de agua a medida, sistemas de lectura de medidores, y programas de formación a medida dirigido a las empresas de servicios públicos en los mercados emergentes. La estrategia Bien concebida de la compañía hacia los mercados emergentes, ha sostenido el crecimiento hasta el momento, y soportará los mercados en expansión, mejorando consecuentemente la gestión del agua y el desarrollo sostenible en esos mercados. Por estas razones, Frost & Sullivan ha honrado al Grupo Arad con el Premio Global 2014 a la Innovación de Mercados

Emergentes en Soluciones de Gestión de Agua basados en IT.

Importancia crítica de investigación "TEAM"

La metodología de investigación TEAM de Frost & Sullivan representa el rigor analítico de nuestro proceso de investigación. Ofrece una vista de 360grados de los retos de la industria, las tendencias y los problemas mediante la integración de las siete metodologías de investigación de Frost & Sullivan. Nuestra experiencia ha demostrado a lo largo de los años que las empresas a menudo toman decisiones importantes de crecimiento basadas en un entendimiento limitado de su entorno, lo que conlleva a errores tanto de omisión como de realización. Frost & Sullivan sostiene que las estrategias de crecimiento exitoso se fundamentan en una comprensión profunda de los de los mercados, factores técnicos, económicos y financieros, los clientes, mejores prácticas y análisis demográficos. En ese orden de ideas, las letras del acrónimo TEAM (T, E, A y M) reflejan nuestro núcleo técnico, económico, aplicado (financieras y mejores prácticas) y análisis de mercado. La integración de estas disciplinas de investigación en la metodología de la investigación "TEAM" proporciona una plataforma de evaluación para la medida del rendimiento comparativo de los actores de la industria y para la creación de estrategias de alto potencial de crecimiento para nuestros clientes.

Gráfico 4: La evaluación comparativa de rendimiento con el equipo de investigación



Ingeniería de mercadeo	Perspicacia e ideas técnicas	Investigación de las mejores prácticas	Investigación acerca de los clientes
Investigación económica	Investigación demográfica		Análisis financiero

Acerca de Frost & Sullivan

Frost & Sullivan, la compañía de sociedad de crecimiento, facilita a sus clientes acelerar su desarrollo y alcanzar mejor posicionamiento en su clase a niveles de crecimiento, innovación y liderazgo. El servicio de crecimiento de las sociedades de la empresa le proporciona al Director Ejecutivo así como al equipo de Crecimiento del directorio con los modelos de investigación disciplinada y las mejores prácticas para impulsar la generación, evaluación e implementación de estrategias poderosas de crecimiento efectivo. Frost & Sullivan cuenta con 50 años de experiencia en asociarse con compañías Global 1000, negocios emergentes y la comunidad de inversores y cuenta con más de 40 oficinas en seis continentes. Para unirse a nuestra Sociedad de Crecimiento, visite <http://www.frost.com>.