

**Deloitte.**



**LetStartup**

Retos para la industria  
de Consumo

# Contenido

01	Principios de búsqueda	3
02	Digitalización	4
03	Cadena de suministro	6
04	Conociendo al consumidor	8
05	Contacto	10



# Principios de búsqueda

El futuro de la industria de consumo se ha acelerado por el impacto del COVID-19, empujando a las organizaciones a transformar sus operaciones, su toma de decisiones y sus productos.



## **Digitalización de productos y servicios**

El distanciamiento social está acelerando, en los consumidores, la adopción de tecnologías sin contacto y las experiencias de compra *online*.



## **Cadena de suministro. Control de operaciones**

El reto más grande para las organizaciones no se encuentra en identificar el cambio, sino en su velocidad de respuesta y adaptabilidad a las nuevas necesidades del consumidor.



## **Conociendo al consumidor. Datos: la moneda del futuro**

Las organizaciones deben comprender los cambios de comportamiento que están efectuando los consumidores y cómo afectan a las marcas de productos de consumo.



01

02

03

04

05

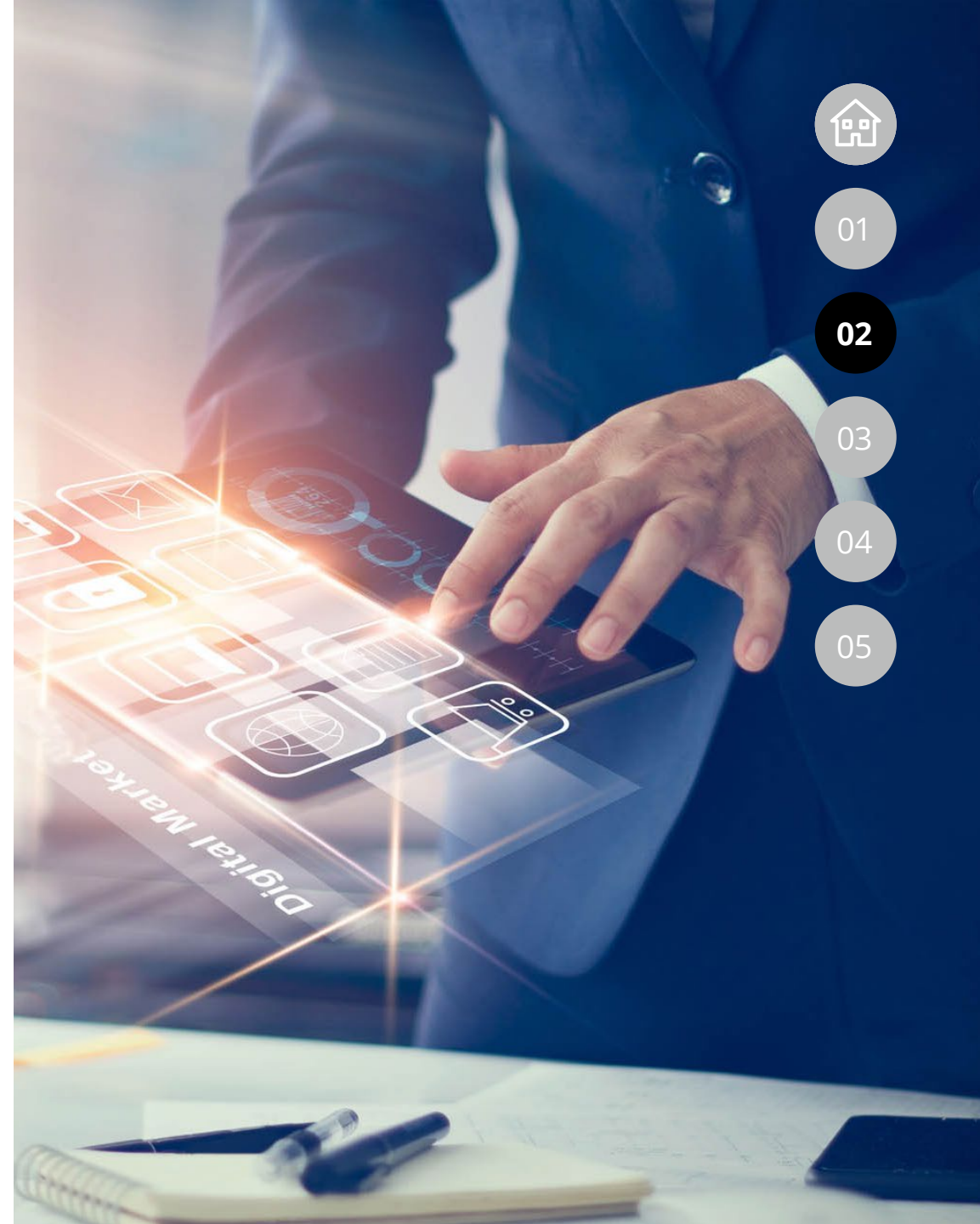
# Digitalización y eficiencia de productos y servicios

El distanciamiento social está impulsando la adopción de tecnologías sin contacto y la experiencia *online* de compra de los consumidores.

Buscamos tecnologías enfocadas en la digitalización de los procesos de compra, venta y experiencia digital del cliente. Soluciones que puedan mejorar/cambiar los servicios y los procesos de la industria de consumo.

## Nuestra búsqueda se orienta a plataformas o desarrollos tecnológicos que puedan, por ejemplo:

- Impulsar y mejorar la experiencia del *e-commerce*.
- Digitalizar el punto de venta.
- Impulsar el servicio remoto al cliente.
- Personalizar productos/servicios.
- Digitalizar y automatizar la fijación de precios de productos en aparador/escaparate/góndola.
- Eficientizar el conteo de unidades físicas almacenadas en los depósitos y locales comerciales.
- Elaborar mapas de la circulación de los consumidores en los establecimientos (*HeatMap*).
- Mejorar los programas de fidelidad *online* de los clientes.
- Automatizar el proceso de escaneo de productos en caja.



01

02

03

04

05

# Lo físico y lo digital se encuentran



## Fusión física + Digital

La experiencia del cliente integra elementos digitales y físicos para crear interacciones personalizadas y atractivas de la marca.



## Diseño para una audiencia

Los diseñadores y programadores deben adaptar las experiencias personales a los comportamientos, actitudes y preferencias de los usuarios.



## Confianza en *tech*

El diseño, amplificado por la tecnología, permite respaldar la confianza en un futuro con experiencias personalizadas.



01

02

03

04

05

# Cadena de suministro Control de operaciones

A través de tecnologías disruptivas y la adopción de nuevos procesos, buscamos alcanzar niveles óptimos de eficiencia.

Buscamos tecnologías y herramientas que ayuden a las organizaciones a revolucionar todos los eslabones de la cadena de suministro, tecnologías digitales avanzadas que puedan transformar los centros de costos de la cadena de suministro en unidades de negocio enfocadas en el cliente e impulsoras de valor para los consumidores.

**Nuestra búsqueda se orienta a plataformas o desarrollos tecnológicos que puedan, por ejemplo:**

- Optimizar el consumo de energía.
- Lograr sustentabilidad, reduciendo, entre otros factores, la huella de carbono.
- Reducir los desperdicios.
- Introducir nuevos canales de distribución.
- Administrar y automatizar, eficientemente, contratos con proveedores.
- Digitalizar y automatizar procesos logísticos de carga, descarga y distribución de mercancías a los almacenes.
- Simplificar el empaquetado de productos.
- Implementar una logística de inventarios *buy online, pick up in store*.



01

02

03

04

05

# Suministro desencadenado



01

02

03

04

05



## Datos interoperables

Los datos se vuelven aún más valiosos cuando se agregan, se extraen para obtener información y se difunden en tiempo real a través de un ecosistema de partes interesadas.



## Centro de costos como conductor de valor

Buscar la optimización de los componentes de la cadena de suministro, para diferenciar los servicios prestados a cada cliente, ayudará a las empresas a encontrar el punto óptimo entre el costo y el servicio.



## Herramientas para los equipos de la cadena de suministro

Los robots, robots colaborativos (cobots) y drones hacen que el trabajo de campo de la cadena de suministro sea más seguro y eficiente.

# Conociendo al consumidor. Datos: la moneda del futuro

Las organizaciones deben comprender los cambios de comportamiento que están efectuando los consumidores y cómo afectan a las marcas de productos de consumo.

Buscamos tecnologías y herramientas que permitan realizar análisis de clientes y consumidores, tecnologías que permitan la evaluación de los compradores, y de sus perfiles, para garantizar la monetización de los productos ofrecidos.

**Nuestra búsqueda se orienta a plataformas o desarrollos tecnológicos que puedan, por ejemplo:**

- Conocer el perfil del consumidor.
- Analizar datos para clientes, proveedores y distribuidores.
- Generar modelos predictivos de oferta y demanda.
- Lograr eficacia en las campañas de *marketing*.
- Personalizar las ofertas para los clientes.
- Unificar la información en los sistemas centrales.
- Acercar, difundir y concretar las ventas *online*.
- Identificar a los clientes *online* para la promoción y publicidad de los servicios digitales.
- Implementar *Marketing Technologies (MarTech)*
- Realizar análisis inteligentes de datos de clientes y proveedores.



01

02

03

04

05



# Revolución de los datos: alimentando a la máquina



## Capturar y almacenar

Optimizar las bases de datos para buscar datos no tradicionales y sin estructura. Agregar y guardar la información en la nube, optimizada para *Machine Learning*.



## Descubre y conecta

Utilización de datos cognitivos para resaltar las conexiones entre datos dispares.



## Amplificar las capacidades de *ML*

Explorar las oportunidades para utilizar tecnología informática de punta y 5G, a fin de impulsar las capacidades de datos en tiempo real y disminuir la latencia.



01

02

03

04

05



01

02

03

04

05

¿Tiene alguna duda sobre los principios del programa, requisitos o criterios de selección?

Escríbanos y resolveremos sus dudas a:  
[contactoletstartup@deloittemx.com](mailto:contactoletstartup@deloittemx.com)

En caso de contar con alguna solución innovadora para la industria, no dude en registrarse en este programa. Puede que su idea sea tomada en cuenta.

**Connect for Impact**

<http://www.deloitte.com/mx/LetStartup>



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, “Deloitte S-LATAM, S.C.” es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de “Deloitte”.

Esta publicación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta publicación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.