Deloitte.

Predicciones TMT 2020

La decimonovena edición de las Predicciones TMT nos muestra, por encima de las tendencias individualizadas del sector, tres temas generales que caracterizan nuestras previsiones para el año 2020:

1. La mayor parte de los ingresos del sector procederán de lo que llamamos **"The Big Five"**, cinco ecosistemas sobre los que se apalanca el impulso de esta industria: teléfonos inteligentes, televisión, ordenadores, centros de datos y software empresariales, e IoT.

2. Las tecnologías de uso particular se encuentran cada vez **más conectadas e interdependientes**, lo que impulsa su impacto y valor en el mercado.

3. Aquellos productos y servicios que durante años se han encontrado "a la vuelta de la esquina" ya son **una realidad este 2020**.

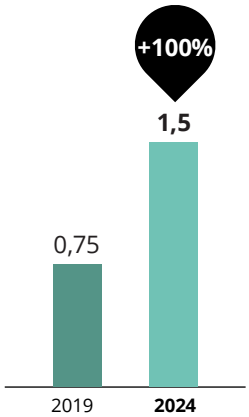
Un ecosistema así, cada vez más interconectado y con un número limitado de actores significativos, debería permitirnos visualizar las tendencias con un mayor nivel de precisión y confianza.

Predicción #1
La IA en los dispositivos: los *Edge AI Chips*

Deloitte predice que, en 2020, se venderán más de 750 millones de *Edge AI chips*, es decir, chips o partes de chips que facilitan o aceleran las tareas de *machine learning* en el dispositivo en lugar de en sistemas centralizados. Asimismo, es probable que el mercado para estos chips crezca al doble de velocidad que el mercado global de chips, puesto que se integrarán en un número mayor de dispositivos de consumo, tales como *smartphones*, tablets, altavoces inteligentes y wearables de alta gama y, a más largo plazo, en dispositivos empresariales tales como robots, cámaras y sensores.

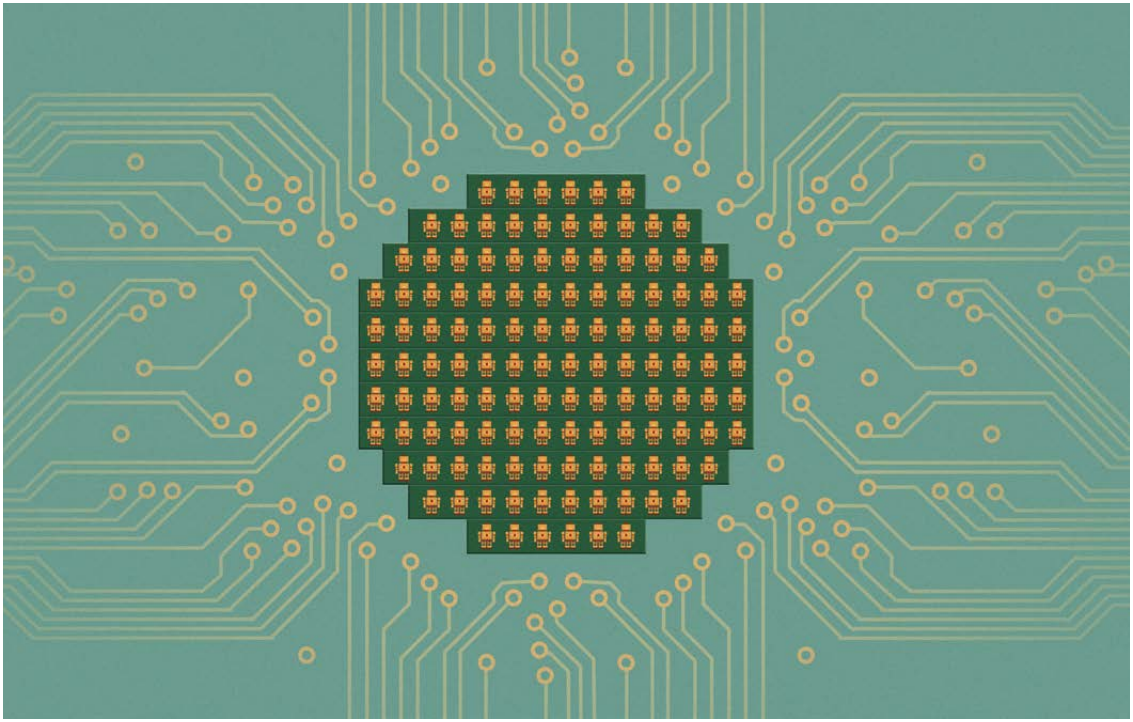
En 2020, se estima que el 90% del mercado de *Edge AI chips* esté orientado a los dispositivos, destinándose la gran mayoría a *smartphones* de alta gama. Esta clase de chips tienen un tamaño más reducido, precisan de mucha menos energía, generan mucho menos calor, siendo además relativamente baratos. Son idóneos para *smartphones*, así como para dispositivos IoT, en los que pueden abrir nuevas oportunidades, o para dispositivos no orientados directamente al consumo, como los robots.

Unidades
(en miles de millones)



Los *Edge AI chips* permiten a los dispositivos la realización en local de cálculos de IA con elevados requisitos de procesamiento, reduciendo o eliminando la necesidad de enviar amplios volúmenes de datos para la obtención de resultados, lo que ofrece ventajas en términos de usabilidad y velocidad, así como de seguridad y privacidad de los datos.

No obstante, a pesar de la importancia que adquirirán tanto para consumidores como para empresas, el impacto a largo plazo de los *Edge AI chips* se derivará de su uso en el ámbito



empresarial, donde pueden brindar a las empresas la posibilidad de perfeccionar considerablemente sus aplicaciones IoT. Las máquinas inteligentes con chips de IA podrían contribuir a ampliar los mercados existentes, amenazando a los actores tradicionales y modificando el modo en que se reparten los beneficios en sectores como la fabricación, la construcción, la logística, la agricultura y la energía.

Algoritmos de *machine learning* ejecutados a través de *Edge AI Chips* aumentan la potencia y eficiencia de tecnologías como biometría, reconocimiento facial, realidad virtual o asistentes de voz

Predicción #2
Robots en marcha: crecimiento a doble dígito en servicios profesionales

Del cerca del millón de robots que esperamos se venderán para uso empresarial en 2020, predecimos que algo más de la mitad serán robots de servicios profesionales, que generarán más de 16.000 millones de dólares en ingresos, un 30 % más que en 2019. Este mercado está preparado para despegar con paso firme, impulsado por los avances en los servicios 5G y los chips de inteligencia artificial (IA). El uso conjunto de estos chips puede resolver numerosas dificultades que, en la actualidad, limitan la practicidad de los robots de servicios profesionales, haciéndolos más útiles y atractivos para los compradores.

Ingresos
(en miles de millones de dólares)

Los robots aplicados a servicios profesionales se emplean principalmente en ámbitos ajenos a la fabricación y habitualmente brindan asistencia a los humanos en lugar de reemplazarlos. Al igual que los robots industriales predominan en los sectores de automoción y electrónica, los robots de servicios profesionales se imponen en la logística. Algo menos de la mitad de los casi 360.000 robots de servicios profesionales vendidos a empresas en 2019 se destinaron a empresas logísticas, siendo las empresas de vigilancia y defensa los siguientes mayores compradores.

A pesar de que los diferentes tipos de robots mejorarán sus capacidades como consecuencia de los *Edge AI chips* y el 5G, en el caso de los robots de servicios profesionales su crecimiento en el período de 2020 a 2025 estará conectado al de estas dos tecnologías, así como a la identificación y evaluación de los casos de uso que permitan maximizar el ROI, tanto desde la perspectiva de los fabricantes como de los compradores y usuarios.

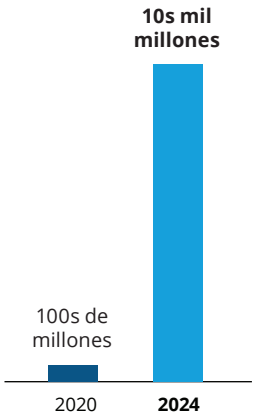
Las empresas tienen la oportunidad y el desafío de identificar los casos de uso idóneos que maximicen las capacidades de los robots de servicios profesionales

Predicción #3
Redes 5G privadas: empresas sin cables

En muchos de los grandes negocios a escala mundial, las redes 5G privadas probablemente se conviertan en la elección preferida, en particular en los entornos industriales tales como las plantas de fabricación, los centros logísticos y los puertos. Deloitte predice que más de 100 empresas a escala mundial habrán comenzado a probar los despliegues de redes 5G privadas a finales de 2020. A lo largo de la próxima década, es probable que cientos de miles de empresas desplieguen redes móviles privadas.

Las redes privadas 5G prometen un rendimiento superior al de otros *standards* inalámbricos y mayor flexibilidad que las redes basadas en cable. A diferencia de una red pública, una red 5G privada puede configurarse con arreglo a las necesidades específicas de una ubicación y su configuración puede variar en función de las instalaciones. Una red privada también brinda a las empresas la posibilidad de determinar su calendario de implantación, así como la calidad de la cobertura. La seguridad también puede ser mayor, permitiendo al propietario de la red un grado de control imposible en una red pública.

Inversión en redes 5G privadas
(en dólares)



Asimismo, con la siguiente fase del *standard* 5G, conocida como la *3GPP Release 16* (con fecha objetivo en junio 2020 y comercialización a partir de 2021), las redes 5G tendrán el potencial de convertirse en la tecnología LAN y WAN predominante a escala mundial a lo largo de los próximos 10 a 20 años, especialmente en los nuevos desarrollos de red. La nueva *Release* se basará en 3

La *Release* 16 de la tecnología 5G podría ser la tecnología móvil más revolucionaria hasta la fecha

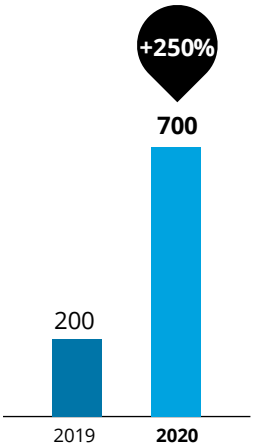
principales características (conectividad en entornos de alta densidad de conexiones, alta velocidad hasta 20 Gbps y muy baja latencia con una fiabilidad cercana al 100%). Estas capacidades ampliadas pueden llevar la conectividad inalámbrica a terrenos inexplorados hasta la fecha, abriendo así la puerta a numerosas ubicaciones y usos previamente inviables.

A medida que crezca el número de empresas que se sumen a las transformaciones brindadas por el 5G, la composición del sector se verá alterada, quizás de forma drástica. En el momento en que esto se produzca, es probable que la historia vea las redes 5G no solo como una maravilla tecnológica, sino como una fuerza elemental que transforma la manera en que las empresas llevan a cabo sus actividades. Teniendo en cuenta esto, la *Release* 16 de la tecnología 5G podría ser la tecnología móvil más revolucionaria hasta la fecha.

Predicción #4
Alta velocidad desde órbita baja: ¿una revolución de la banda ancha o un montón de basura espacial?

En 2020, los esfuerzos de las empresas por brindar acceso a Internet a todo el mundo despegarán de forma literal. Deloitte predice que de aquí a finales de 2020 habrá más de 700 satélites en órbita terrestre baja (LEO, por sus siglas en inglés) orientados a ofrecer Internet de banda ancha a escala mundial, frente a los 200 aproximadamente existentes a finales de 2019.

Satélites de Banda Ancha
(número de unidades)



El principal impacto de las constelaciones y megaconstelaciones de banda ancha por satélite —en el caso de que estas se implanten y activen de forma exitosa— podría ser la oferta de una conectividad de alta velocidad y baja latencia para la multitud de usuarios a escala mundial que actualmente no tiene acceso a Internet, o si lo tiene no se califica como de alta velocidad. El mercado de clientes potenciales es amplio, pudiendo crear millones de nuevos clientes y generando nuevos modelos de negocio.

Los tres principales factores que pueden facilitar la puesta en marcha de esta tipología de redes son los siguientes:

- Poner satélites en órbita es menos costoso.
- Los satélites y sus métodos de fabricación son cada vez más avanzados.
- La demanda de conectividad ha aumentado en todas las partes del mundo.

Algunos proveedores se orientan al mercado residencial y compiten con los actores de telecomunicaciones tradicionales que

ofrecen Internet de banda ancha por fibra o cable. Otros aspiran a ofrecer una conectividad de banda ancha específica a las empresas (incluyendo otras empresas de telecomunicaciones) y otros persiguen aplicaciones más especializadas.

A medida que se implantan más satélites surgen desafíos y preocupaciones. Por ejemplo, es posible que cambien las normativas sobre la tasa de despliegue de la red, asignación de frecuencias o mitigación de basura espacial. Podrá haber desacuerdos entre los operadores y aspectos normativos a gestionar entre los distintos países afectados.

Todavía no está claro si la banda ancha por satélite creará una revolución en el ámbito de las comunicaciones. No obstante, la carrera sigue su curso y aunque existen muchos desafíos a afrontar por esta nueva industria, no debería desestimarse.

El objetivo de la banda ancha por satélite es dar acceso a Internet a alta velocidad y con una baja latencia para los usuarios que actualmente no disponen de cobertura

Predicción #5
El efecto multiplicador del *smartphone*: hacia una economía de un billón de dólares

A pesar de que las ventas de *smartphones* constituyen un negocio de gran envergadura, este mercado podría disminuir pronto en comparación con las sumas relativas a la venta de productos y servicios que dependen de los mismos. Esto es, el denominado «efecto multiplicador», que incluye aplicaciones para móviles, anuncios, accesorios, etc.

Deloitte predice que el efecto multiplicador del mercado de *smartphones* impulsará unos ingresos por valor de 459.000 millones de dólares solo en 2020. Asimismo, esperamos que el mercado crezca entre un 5 % y un 10 % anualmente hasta 2023, lo que quiere decir que ese año es probable que el efecto multiplicador del mercado de *smartphones* genere ingresos por valor de más de 500.000 millones de dólares anuales.

Ingresos
(en miles de millones de dólares)

En 2020, prevemos que los tres principales componentes del efecto multiplicador del mercado de *smartphones* sean la publicidad en dispositivos móviles, las aplicaciones (principalmente juegos) y los accesorios de *hardware* (tales como auriculares, baterías y fundas). La publicidad en dispositivos móviles, el componente más rentable de este efecto multiplicador (176.000 millones de dólares), seguirá creciendo con paso firme habiendo superado ya a la publicidad en televisión como principal categoría publicitaria en 2019.

El segundo componente principal del efecto multiplicador del mercado de *smartphones* son las aplicaciones, las cuales, de acuerdo con las previsiones, generarán 118.000 millones de dólares en 2020. Entre estas, las

Es probable que, en 2023, el efecto multiplicador del mercado de *smartphones* genere ingresos por valor de más de 500.000 millones de dólares anuales

aplicaciones de juegos serán de lejos las más rentables (alrededor de 80.000 millones de dólares en 2020).

El valor de los accesorios de *hardware* para *smartphones* (77.000 millones de dólares en 2020) es varias veces superior al de otras categorías de dispositivos en su conjunto (lo que abarca las *tablets*, *wearables*, consolas y altavoces inteligentes).

La importancia del mercado de los *smartphones* como pilar para diversos flujos de ingresos relacionados —tales como la publicidad, el hardware, los contenidos y los dispositivos— crece a pasos acelerados. En los próximos cinco años, estos ingresos complementarios podrían superar el valor de las ventas de *smartphones*, lo que quiere decir que las mejores oportunidades podrían encontrarse no solo en el mercado de los *smartphones* en sí mismo, sino en los amplios y crecientes segmentos derivados de este.

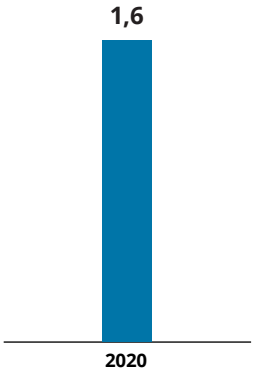
Predicción #6
"Pon la antena": el sorprendente poder de permanencia de la televisión terrestre

Deloitte predice que, en 2020, al menos 1.600 millones de personas a escala mundial —lo que equivale a 450 millones de hogares— accederán, al menos, a parte de los contenidos televisivos a través de una antena. Y este es el rango mínimo de la predicción: es posible que el número llegue hasta 2.000 millones, siendo Indonesia, la India y Nigeria los países que concentrarán la mayor audiencia televisiva a través de una antena. No obstante, no es un fenómeno limitado al mundo en vías de desarrollo: más de 40 millones de estadounidenses ven en la actualidad televisión por antena, un 48 % más que en 2010.

La resiliencia de la televisión por antena pone de manifiesto que hasta 2.000 millones de espectadores a escala mundial están dispuestos a ver algunos anuncios de televisión (en ocasiones muchos) a cambio de contenidos televisivos gratuitos. Este principio no se limita a las emisiones terrestres y por antena. Teniendo en cuenta el crecimiento de los servicios de vídeo financiados mediante publicidad (AVOD, por sus siglas en inglés), esperamos que cientos de millones de espectadores en 2020 estén dispuestos a ver algunos contenidos publicitarios a cambio de contenidos audiovisuales de entretenimiento de calidad gratis o, al menos, a precios reducidos.

TV mediante antenas

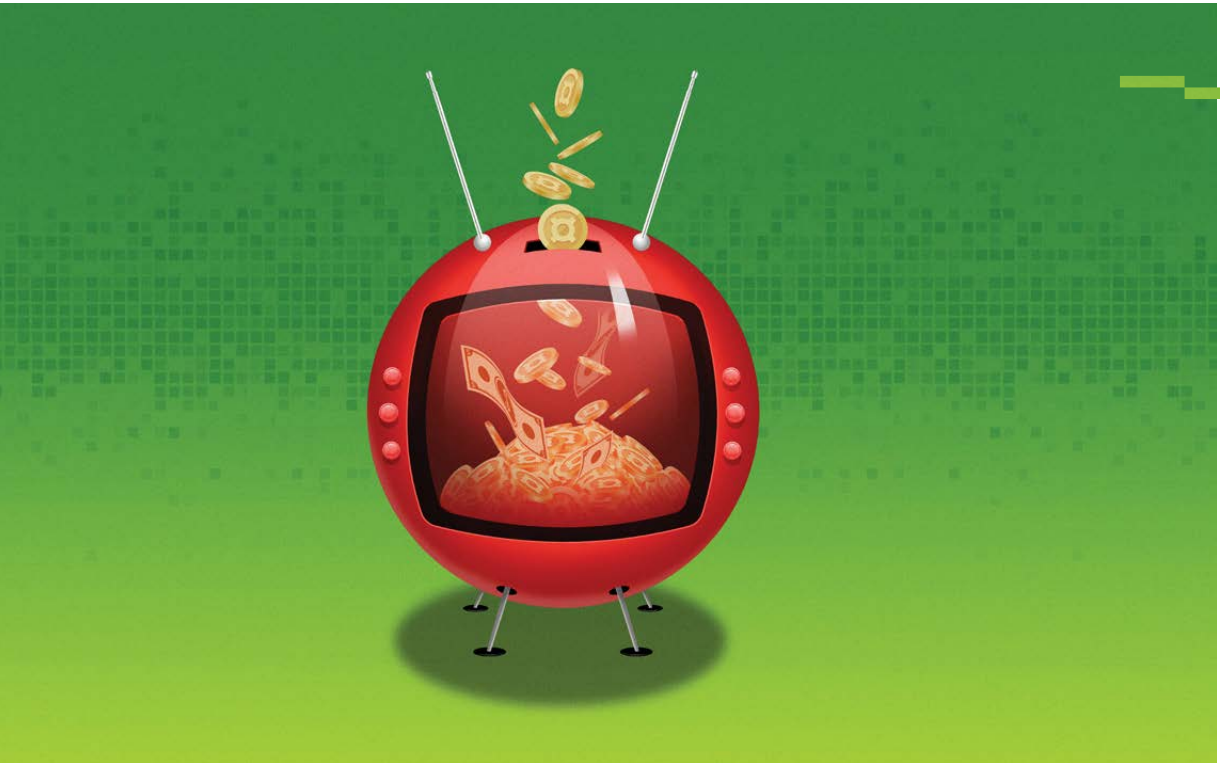
(personas en miles de millones)



La capacidad de adaptación de la televisión por antena es un hecho notable en el panorama global de la televisión, a medida que el sector televisivo tradicional en su conjunto (la televisión de pago y la televisión por antena combinadas) se enfrenta a algunos obstáculos. Varios

indicios apuntan dificultades para el importante mercado estadounidense, donde predecimos una pérdida de 5 millones de suscriptores de televisión de pago en 2020. No obstante, a escala mundial, es probable que tres cuartas partes de los operadores de televisión del mundo registren un aumento de sus suscripciones entre 2018 y 2024 y que dos terceras partes de estos registren un aumento de sus ingresos durante el mismo periodo.

Puede que la televisión no crezca al ritmo que lo hacía hace 20 años, pero tampoco está al borde del colapso y tanto los anunciantes como los *broadcasters* deben percibirlo en esos términos.

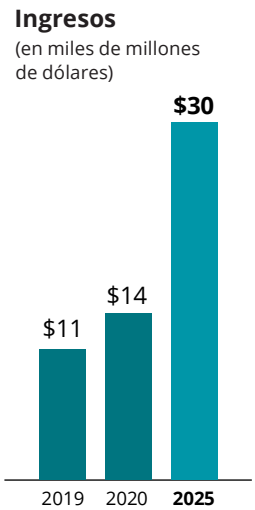


Predicción #7
La expansión de las CDN: vídeos, videojuegos y mucho, mucho más

Las redes de difusión de contenidos (CDN, por las siglas en inglés de *Content Delivery Networks*) están diseñadas para mejorar la calidad, la velocidad y la fiabilidad de los medios llevando físicamente los contenidos más cerca del usuario. Deloitte predice que el mercado mundial de redes de difusión de contenidos ascenderá a 14.000 millones de dólares en 2020 y que, de aquí a 2025, el mercado se duplicará llegando a 30.000 millones de dólares.

Este crecimiento se está viendo impulsado principalmente por el apetito de los consumidores por los videos en *streaming* en Internet, amplificado actualmente por la migración de cada vez más contenidos de televisión a redes de distribución online directas al consumidor (OTT, por las siglas en inglés de Over-The-Top). La transmisión de vídeos en directo y la aparición de los videojuegos en *streaming* podría apuntalar aún más el crecimiento y la innovación técnica.

De aquí a 2022, se espera que las CDN abarquen el 72 % de todo el tráfico en Internet (en 2017 era un 56%). Además de los proveedores de CDN existentes, un número creciente de empresas de medios de comunicación y telecomunicaciones también está desarrollando esta tipología de redes.



Es probable que el principal factor de crecimiento del mercado de CDN siga siendo la demanda creciente de contenidos audiovisuales en Internet. Dicho tráfico audiovisual se ve impulsado principalmente

por el crecimiento continuado de los servicios de vídeo bajo demanda mediante *streaming* (SVOD, por las siglas en inglés de *Streaming Video On Demand*), lo cual supone aproximadamente un 60% del tráfico total de Internet mundial. En vista del lanzamiento de nuevos servicios de SVOD de envergadura, las suscripciones a servicios de *streaming* podrían aumentar de forma considerable.

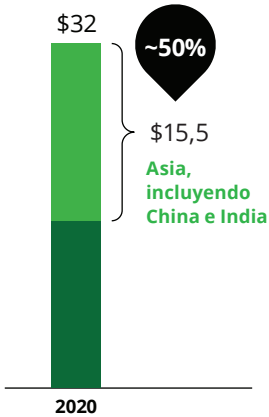
Los videojuegos en *streaming* serán el siguiente gran desafío, dado que unos contenidos interactivos más ricos y dinámicos incrementan la presión para que las CDN gestionen la sincronización necesaria entre los diferentes jugadores y el motor del videojuego. Algunos editores de videojuegos líderes han puesto de manifiesto su interés en el desarrollo del *streaming* en la nube de sus principales títulos y podrían recurrir a los proveedores de CDN para ello. El incremento de esta demanda implicará que, a corto plazo, el mercado de CDN registrará un sólido crecimiento.

Predicción #8
Vídeos con anuncios: ¿seguirá Estados Unidos el ejemplo de Asia?

Deloitte predice que los ingresos obtenidos a partir de los servicios de vídeo financiados mediante publicidad alcanzarán 32.000 millones de dólares en 2020. Asia (incluidas China y la India) se situará a la cabeza, con ingresos por valor de 15.500 millones de dólares en 2020, prácticamente la mitad del total mundial.

Más de mil millones de personas en Asia ven servicios de vídeo financiados mediante publicidad gracias a la conectividad 4G asequible, los *smartphones* de bajo coste y los modelos de negocio que permiten a los consumidores el acceso a series de televisión, películas y contenidos deportivos gratuitos (o de bajo coste) a cambio de su atención para ver anuncios. En 2019, en China los *smartphones* superaron a las televisiones como principal dispositivo de entretenimiento, parcialmente como consecuencia de la popularidad de los servicios de vídeo financiados mediante publicidad. La televisión de pago en la India es asequible y en algunos estados, prácticamente el 90 % de los hogares tiene televisión. Sin embargo, las tasas de penetración globales se mantienen en un nivel inferior al 70 %. Enfocados en los usuarios de móviles, los servicios de vídeo financiados mediante publicidad han puesto la televisión a disposición de cientos de millones de personas y proporcionado a algunos consumidores su primer acceso al entretenimiento en vídeo.

Ingresos a nivel global
(en miles de millones de dólares)



En contraste, en Estados Unidos la mayoría de las ofertas de vídeo directas al consumidor

siguen un modelo de suscripción libre de anuncios. Sin embargo, se está haciendo patente un aumento de la frustración entre los estadounidenses por tener que gestionar y pagar tantas suscripciones para ver lo que quieren. Deloitte ha identificado que, de modo similar a los consumidores asiáticos, los consumidores estadounidenses están dispuestos a prestar su atención a cambio de contenidos, lo que implica que los servicios de vídeo financiados mediante publicidad podrían crecer rápidamente. El crecimiento reciente del número de estos servicios, como Hulu, Roku y Pluto TV, son muestra de ello.

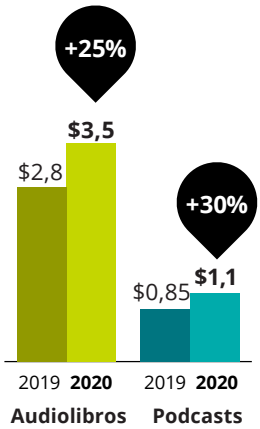
¿Podrían los servicios de vídeo financiados mediante publicidad ofrecer un modelo que brinde a los consumidores una mayor variedad de contenidos en un solo portal sin coste o a un coste reducido? ¿Podría dicho modelo respaldar plataformas de entretenimiento al servicio de usuarios de videojuegos, música y deportes? En ese caso, los contenidos de vídeo financiados mediante publicidad podrían ser la importación exitosa más reciente de un producto asiático a Estados Unidos.

Predicción #9
Se impone el oído: el auge de los audiolibros y los *podcasts*

Los audiolibros y los *podcasts* están dejando atrás su condición de nicho para imponerse como mercados principales por sí mismos. Deloitte predice que, en 2020, el mercado mundial de audiolibros registrará un crecimiento del 25 %, hasta los 3.500 millones de dólares. Asimismo, predecimos que el mercado mundial de *podcasts* crecerá un 30 % y superará el hito de 1.000 millones de dólares por primera vez.

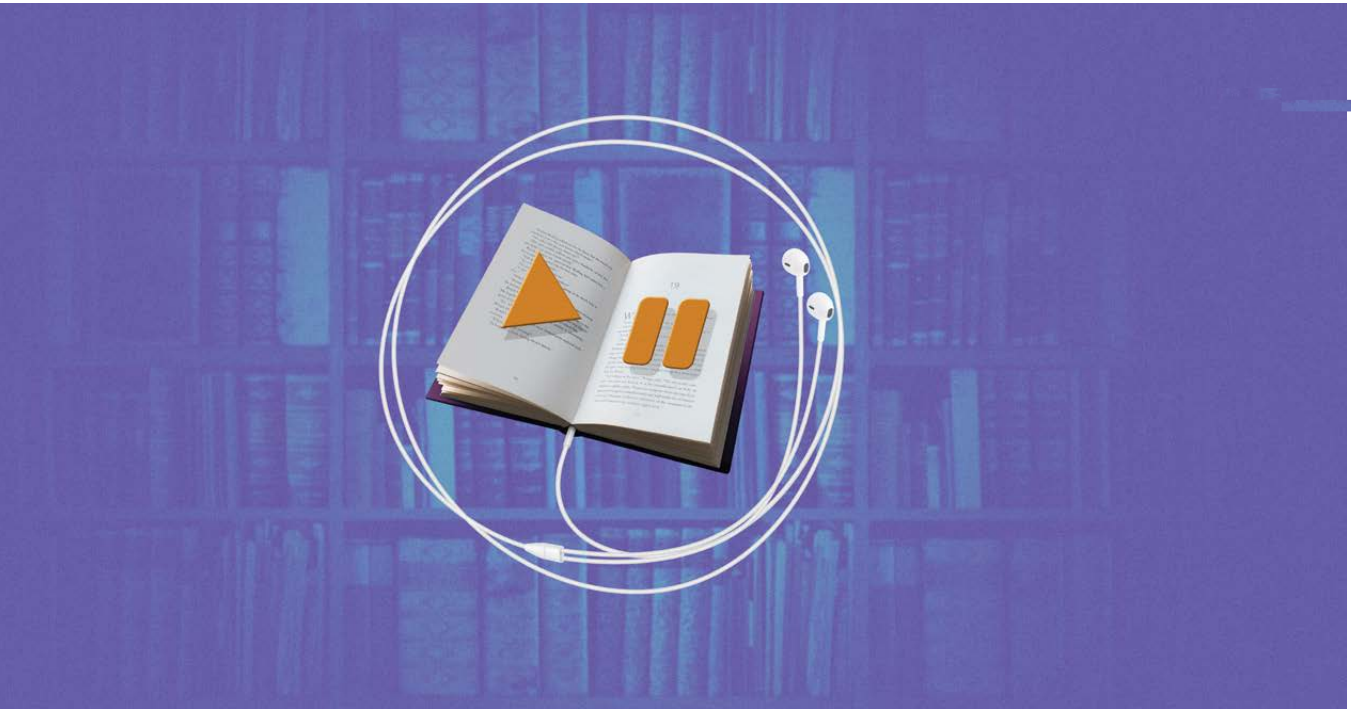
El mercado de audiolibros estadounidense —cuya previsión se establece en 1.500 millones de dólares en 2020 y en un crecimiento aparentemente sostenible del 20 % al 25 % anual en los próximos años— es el mayor del mundo, por delante del mercado de audiolibros chino, en segunda posición. Deloitte predice que el crecimiento a doble dígito en el mercado de los audiolibros se mantendrá a largo plazo.

Ingresos
(en miles de millones de dólares)



Probablemente el consumo de audiolibros difiera entre las distintas zonas geográficas y grupos demográficos. Por ejemplo, en 2019, el 74 % de los oyentes de audiolibros en Estados Unidos los escuchaba en el coche. Los países en los que los trayectos del hogar al trabajo son más largos podrían dar lugar a mayores ingresos, tasas de crecimiento y oportunidades en este segmento.

Aunque la página física sigue siendo la forma dominante de consumo y representa el 78 % de los ingresos del sector del libro en Estados Unidos, es



probable que, al ritmo de crecimiento actual, los ingresos de los audiolibros superen los de los libros electrónicos en torno a 2023.

Por su parte, los *podcasts* podrían representar un negocio de más de 3.300 millones de dólares de aquí a 2025 si el crecimiento futuro se mantiene al nivel de los últimos años. No obstante, para que esto suceda, el segmento de los *podcasts* debe expandirse aún más a escala mundial, aumentar el número de oyentes nuevos y, todavía más crucial, mejorar la monetización de su amplia base de oyentes.

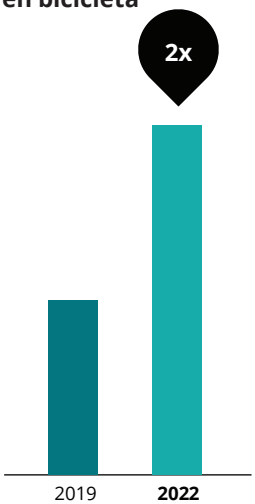
De cara a 2020 Deloitte proyecta unos ingresos de 3.500 y 1.100 millones de dólares en las industrias del audiolibro y los podcasts. Captando a un target joven con educación superior, se afianzan como dos de los mercados más prometedores

Predicción #10
La transformación tecnológica de la bicicleta: más rápida, más fácil, más segura

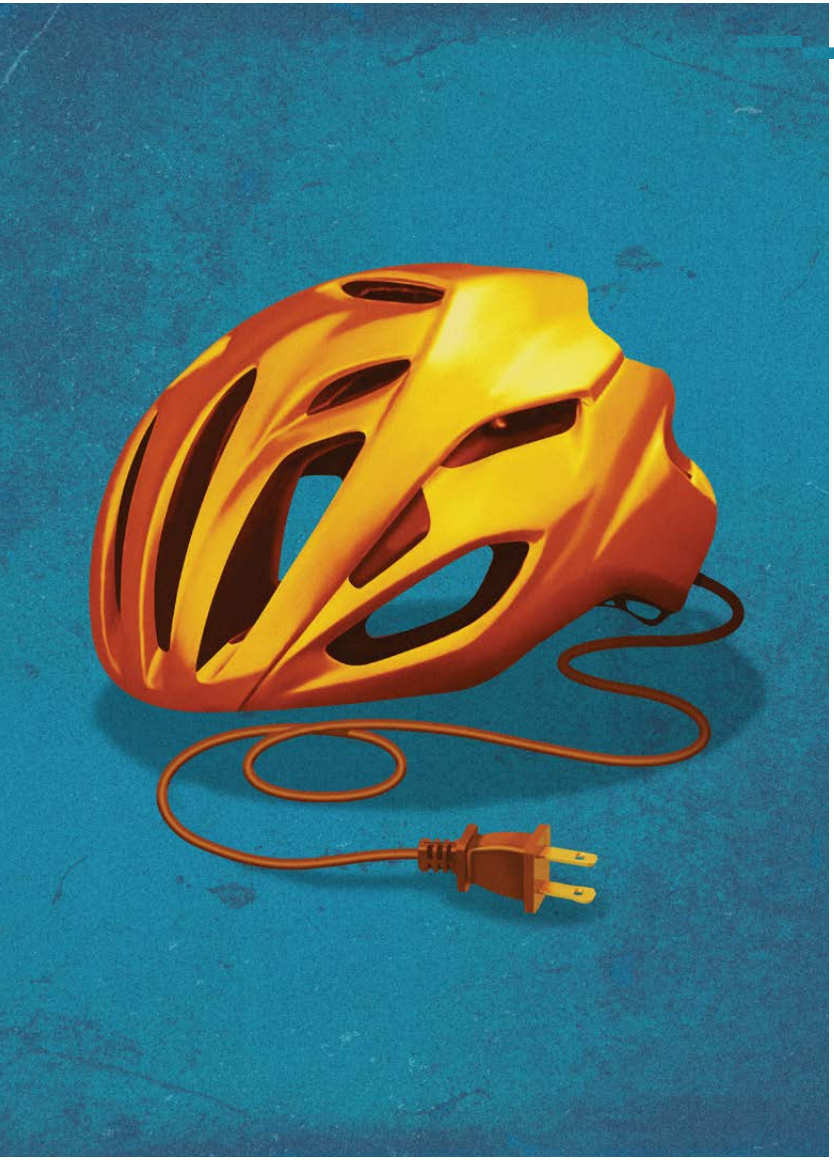
Cada vez son más los ciclistas que se lanzan a la carretera, un crecimiento del transporte en bicicleta favorecido por una amplia gama de innovaciones tecnológicas provenientes de actores tecnológicos diversos, tales como la analítica predictiva, el diseño de productos y aplicaciones, la conectividad inalámbrica, los recursos digitales de planificación urbana y la electrificación. Estas innovaciones están aumentando el atractivo del transporte en bicicleta, haciéndolo más seguro, más rápido, más cómodo y más sencillo de seguir y medir.

De las numerosas tecnologías asociadas a la bicicleta, destaca el impacto en el transporte de las bicicletas eléctricas, que usan baterías (de forma creciente baterías de iones de litio frente a las baterías tradicionales) para la asistencia al pedaleo. De aquí a 2023, el número de bicicletas eléctricas en circulación, tanto propiedad de consumidores como de organizaciones, debería alcanzar 300 millones en todo el mundo, lo que supone un aumento del 50 % con respecto a 2019. No en vano, las bicicletas eléctricas pronto empezarán a invadir el posicionamiento del que ahora gozan los automóviles gracias a su comodidad, utilidad, sostenibilidad y bajo coste. Las bicicletas eléctricas destinadas al transporte de mercancías podrían convertirse en la solución idónea para la entrega de "último kilómetro" en las ciudades.

Desplazamientos en bicicleta



La electrificación también debería aumentar el atractivo del uso compartido de las bicicletas en el futuro, compensando así su inconveniente actual: el



peso. Es probable que los programas de uso compartido de bicicletas eléctricas, en estaciones de carga o sin estas, proliferen en 2020 y con posterioridad a esta fecha.

Más allá de la electrificación, la tecnología puede mejorar la experiencia del transporte en bicicleta. Por ejemplo:

- Las aplicaciones para *smartphones* pueden ayudar a los ciclistas a planificar sus rutas, estimar sus horas de llegada, evitar atascos y compartir información con otros ciclistas.

- Airbags como complemento, la señalización automática de giros y la mejora de las tecnologías relacionadas con los cascos, por ejemplo, realizando autónomamente llamadas en caso de accidente, pueden aumentar la seguridad.

- Los datos y la analítica pueden ayudar a los planificadores urbanos a rediseñar las ciudades para facilitar el transporte en bicicleta.

El sector tecnológico desempeñará un papel fundamental a la hora de fomentar un uso más generalizado de la bicicleta, un objetivo que puede contribuir a que la sociedad pueda afrontar, a escala mundial, muchos de los desafíos derivados de la urbanización continuada.

Contacto

Senén Touza
Socio responsable del
sector TMT de Deloitte España
stouza@deloitte.es

Carmen Sánchez Tenorio
Socia responsable del sector de
Telecomunicaciones de Deloitte España
csancheztenorio@deloitte.es

Concha Iglesias
Socia responsable del sector
de Medios de Comunicación &
Entretenimiento de Deloitte España
coiglesias@deloitte.es

Fernando Picatoste
Socio responsable del sector de
Tecnología de Deloitte España
fpicatoste@deloitte.es

Para más información sobre las **Predicciones TMT 2020**
dirígete a **www.deloitte.com/es/predicciones-tmt**

Deloitte.

Deloitte hace referencia, individual o conjuntamente, a Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido), y a su red de firmas miembro y sus entidades asociadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades con personalidad jurídica propia e independiente. DTTL (también denominada "Deloitte Global") no presta servicios a clientes. Consulte la página http://www.deloitte.com/about si desea obtener una descripción detallada de DTTL y sus firmas miembro.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la "Red Deloitte"), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2020 Para más información, póngase en contacto con Deloitte

Diseñado y producido por el Dpto. de Marketing & Brand, Madrid.