

Deloitte.

Predicciones Tecnología 2015

Enrique Sainz Nadales
18 de Marzo de 2015



Predicciones 2015: Tecnología

Internet de las Cosas (IoT)

El boom del “Click and collect”

Baterías de Smartphones

Reempresalización IT

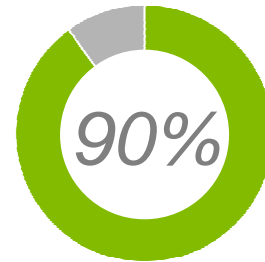
- Impresión 3D
 - Drones
-

Internet de las Cosas es
para las cosas, no para
las personas

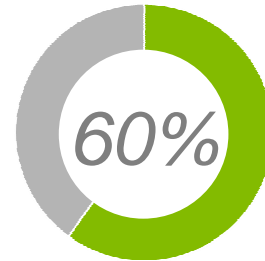
Internet de las Cosas es para las cosas, no para las personas

1.000 MILLONES

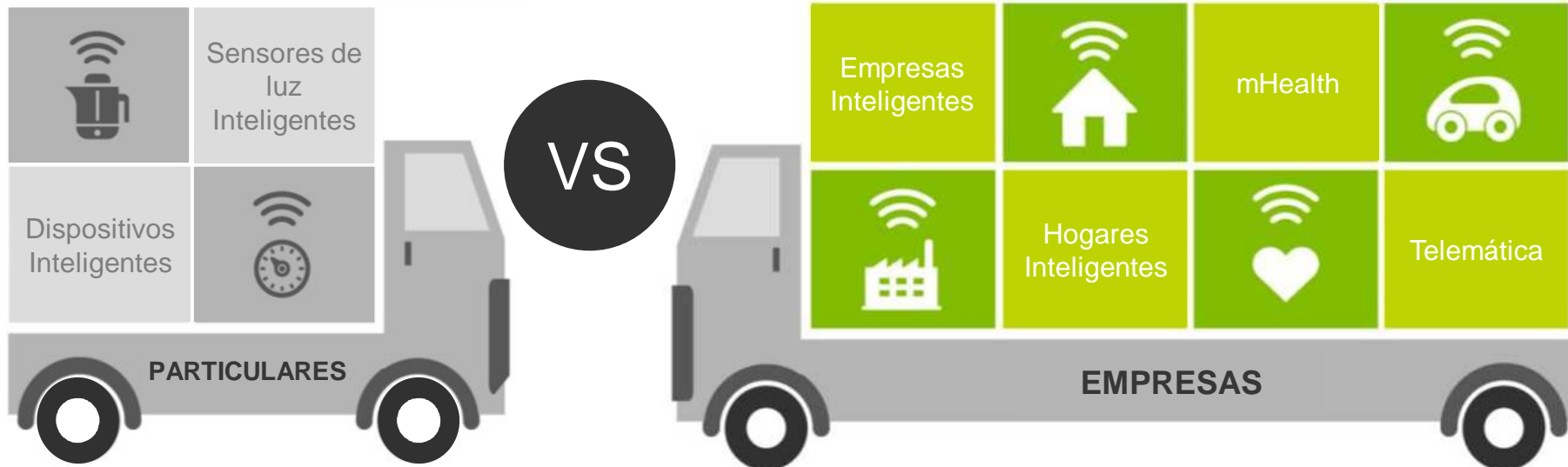
de dispositivos inalámbricos conectados a internet (IoT) se venderán durante 2015, un 60% más que en 2014; alcanzando una base instalada de 2.800 millones de dispositivos.



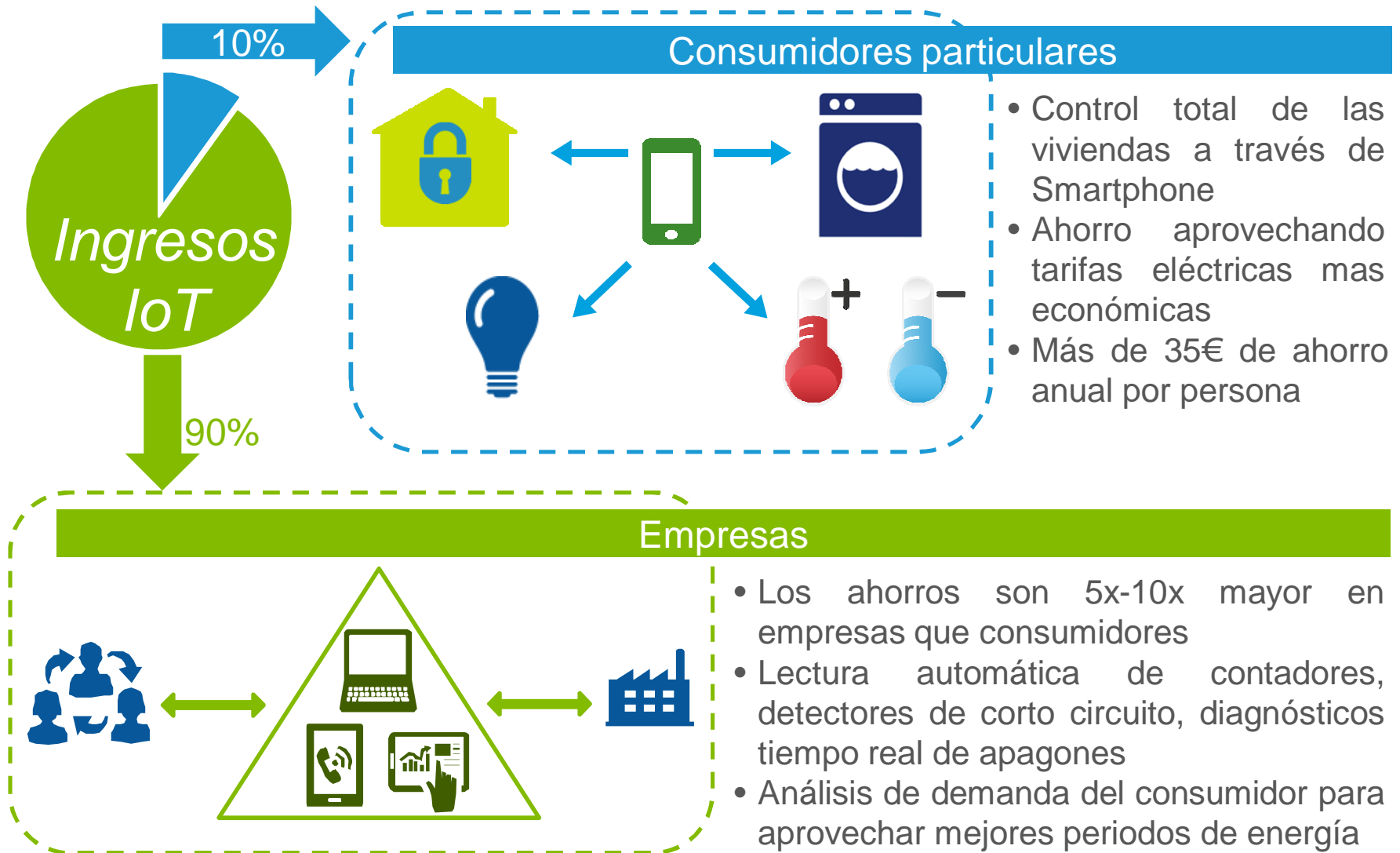
de los **ingresos** por servicios generados procederá de empresas, no de particulares



de todos los **dispositivos** inalámbricos IoT serán comprados, pagados y utilizados por empresas e industrias.



Hay miles de consumidores particulares de IoT, pero representan una pequeña parte frente a las empresas



Como ve Deloitte el futuro del IoT

- A lo largo de los próximos cuatro años, es probable que los **ingresos** crezcan un 500%, pero el área de **analytics** alrededor del IoT podría llegar a crecer más de un 3.000%.
- Se **reducirían costes** si se llegase con iniciativas IoT hasta los responsables de las líneas de negocio, CMOs y CFOs, e incluso a los CEOs.
- Impulsar IoT significa centrarse en el ciclo de vida del cliente y/o del producto.
- Las empresas de comercio minorista pueden **beneficiarse del uso de datos en tiempo real** para incrementar sus ventas, en tarjetas fidelidad, canjeo de cupones.
- IoT se incorporará en empresas en una fase temprana para maximizar el impacto ya que les convendría encontrar primero las necesidades no cubiertas o las mayores oportunidades de ingresos, lo cual **incrementaría la rentabilidad de la inversión**.
- Conectar dispositivos que antes no podían conectarse crea oportunidades, aunque también introduce nuevos riesgos, y las empresas deben desarrollar **políticas de seguridad** si quieren reducir costes y aumentar la eficiencia operativa.
- A los clientes les preocupa su **privacidad**. Para las empresas será muy importante maximizar la transparencia si quieren fomentar la confianza del usuario.

El boom del “Click and collect”

El boom del Click and collect en Europa



Número de lugares con servicio "click and collect" en Europa alcanzará la cifra de **medio millón en 2015**

500.000

Dónde recogerá el cliente sus compras?



323.000 + 140.000 + 37.000

Taquillas, muchas de ellas en espacios con cientos de ellas, habilitadas para la recogida de productos

Terceros lugares implicados en el proceso Click and Collect

Tiendas

Ya es una realidad en países europeos

33%

Porcentaje de volumen de ingresos de e-commerce que proviene del Click and collect

13% de los ingresos del sector minorista procederán de ventas online

El 95% de las ventas del click and collect lo representan tiendas no especializadas en alimentación (2013)

Se espera que el porcentaje de comercios que ofrecerá "Click and Collect" incremente significativamente en la mayoría de países de Europa

En 2014 los ingresos han sido de 8,7 M\$ con 140 millones de pedidos

Los Ingresos del Click and Collect se duplicaron entre 2012 y 2014



REINO UNIDO



ESPAÑA

Supone importantes retos para las compañías



Los comercios pueden no estar optimizados respecto a almacenamiento de pedidos, puntos de recogida de paquetes, etc.



El personal puede ser insuficiente para cubrir momentos de mayor afluencia y para prestar determinados servicios



Será necesario contar con salas dotadas de sistemas de refrigeración adecuados para el almacenamiento seguro de alimentos perecederos



El software del punto de venta debe estar provisto para distintas formas de pagos como transacciones fuera de la tienda



Los comercios se enfrentarán a costes significativos en el proceso de devoluciones a almacenes y de entrega de pedidos a tiendas

Algunos puntos clave a considerar

Es una funcionalidad ya establecida en el mercado minorista.

Se presenta como un *win-win* para el comercio minorista y clientes, pero:

- Todos los elementos en el reparto de productos incurren en costes.
- Hará más sencillo la devolución de productos (ventas “buy-to-try”) con importantes impactos en la distribución.
- Se deberá seleccionar la mejor estructura para la gestión de las devoluciones en el modelo “click-and-collect”.
- En el sector de la alimentación se debe revisar el contenido de sus productos y ser conscientes de las regulaciones sobre el almacenamiento de productos perecederos.
- Cada minorista debe encontrar la forma de adaptarse a este tipo de pedidos.
- También deben considerar si cobrar un cargo por pedidos y devoluciones.
- Los minoristas pueden moldear las conductas del cliente en torno a sus compras (e-mail o apps que avisan al cliente cuando su compra ha llegado).

Baterías de Smartphone: sin grandes avances

Baterías de Smartphone: sin grandes avances

Las baterías de litio tendrán **como máximo un 5% más de carga unitaria o de miliamperios hora (mAh)** en comparación con un modelo de dimensiones y voltaje similares de 2014

5% → 15%

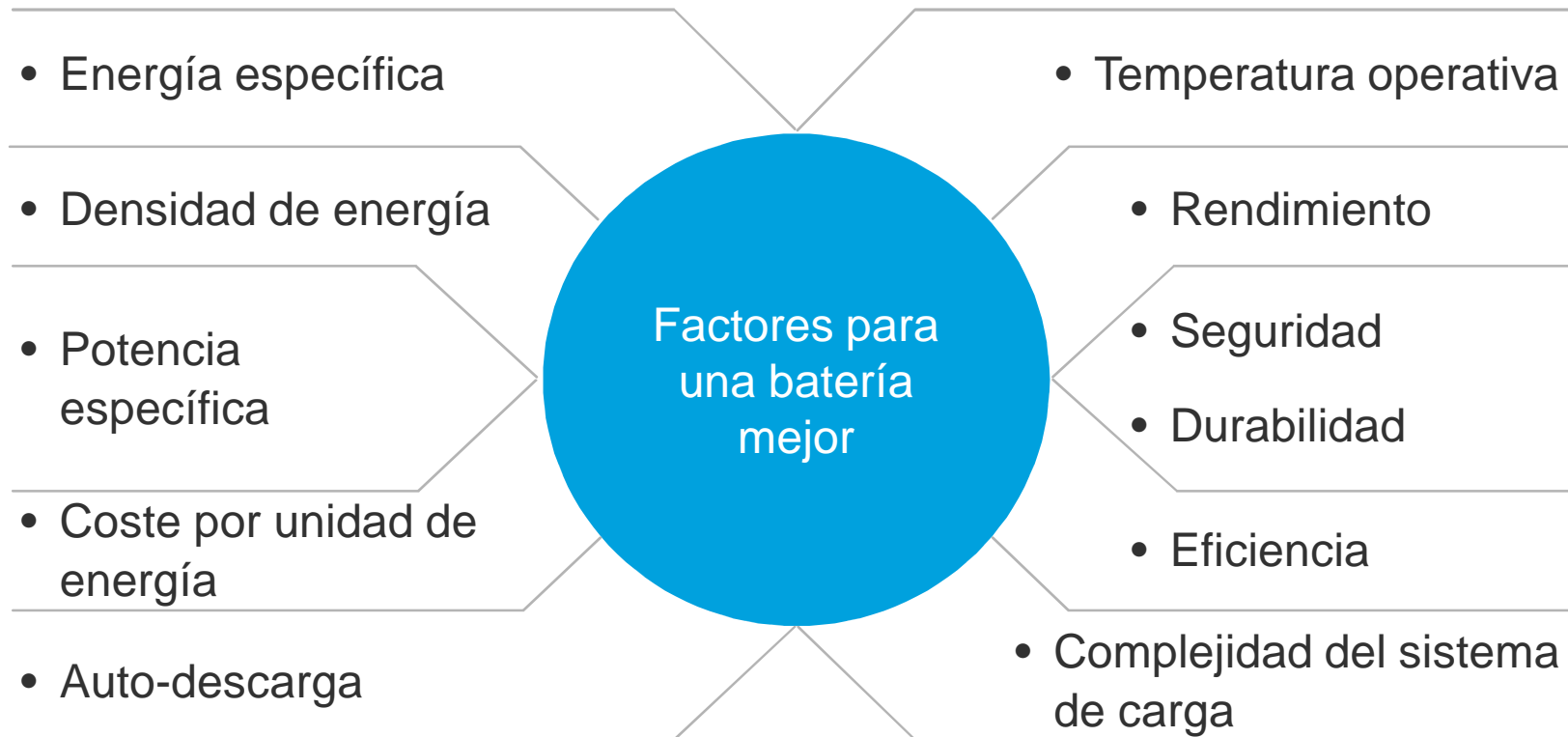


Los nuevos usuarios de Smartphone podrán conseguir un aumento del 15% en la duración de las baterías, por 3 razones:

- 1  Mayor eficiencia de los componentes que absorben la energía de la batería
- 2  Mejor Software
- 3  Incremento del número de Smartphone vendidos.
Mayor capacidad de carga debido al aumento de las superficies de pantalla

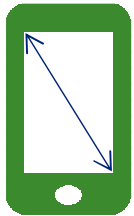
Una batería adecuada para su uso diario en dispositivos electrónicos requiere:

Factores que ayudarían a construir una batería mejor:



Escasos progresos en las baterías de litio, mientras se investigan alternativas: grafeno

La pantalla, el procesador y el transmisor son los principales consumidores de carga de la batería



- Pantallas de 4 pulgadas + baterías de 5-6 vatio/hora = 4-5 horas de uso constante
 - Tecnologías de pantalla de bajo consumo (OLED) sustituirán a las LCD, pero no estarán disponibles hasta dentro de 5 años.
 - Pantallas grandes descargan la batería, pero permiten baterías mayores: 20% de incremento en pantalla = 40% mayor duración de la batería
-



- Procesadores 2015 = +30-40% en potencia de procesamiento por vatio
 - Mas potencia de procesadores requiere mas energía
-



- Ratios de transmisión más veloces = más fotos, mayor resolución, videos.
- Los minutos de voz requieren menos energía debido al incremento de estaciones de red móviles y una distancia menor entre móvil y base.
- Los routers Wi-Fi han permitido que se siga reduciendo la potencia de transmisión

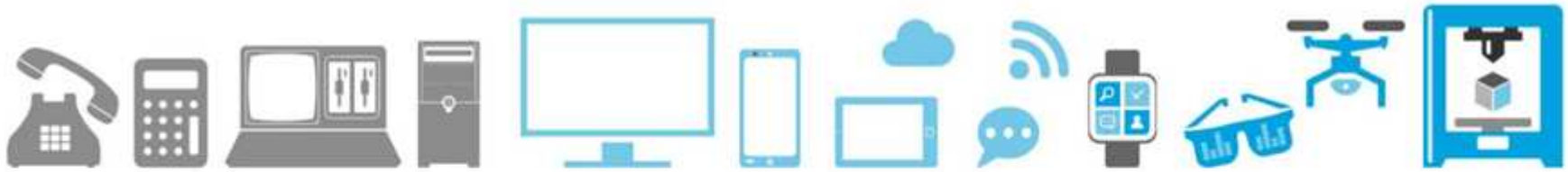
Algunos puntos clave a considerar

La frustración por la duración de las baterías presenta oportunidades:

- Proveedores de Smartphones diferencian sus dispositivos en términos de diseño del procesador, capacidad de la batería y rapidez en su carga.
- Los operadores de red con redes de alta densidad o con una red extensa de hotspots Wi-Fi públicos pueden basar su publicidad en que su red reduce el consumo de la batería, debido a que la transmisión requiere menos energía de la batería del consumidor.
- Por otro lado, los proveedores de componentes pueden ofrecer una amplia gama de fuentes de energía externas.
- Los lugares y medios de transporte públicos pueden diferenciar sus instalaciones ofreciendo unidades de carga (aeropuertos, aviones, trenes y coches).

La Reempresalización IT

La Reempresalización IT



LOS CONSUMIDORES
TARDABAN AÑOS O
INCLUSO DÉCADAS EN
ADOPTAR LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS

LOS CONSUMIDORES ESTÁN
A LA VANGUARDIA Y
LIDERAN EL CAMBIO

LOS CONSUMIDORES NO
SIEMPRE LIDERAN EL
CAMBIO

Actualmente las impresoras 3D crean mayor valor en el entorno empresarial



- Difícil de usar
- Imprime pequeños objetos plásticos
- Penetración del 0.007%
- Valor total € < 4 horas de venta de Smartphone



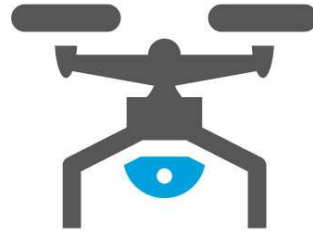
- El valor económico de los productos producidos por empresas es 100.000 veces mayor que el de los objetos creados por clientes
- Las empresas invierten 10 veces más que los clientes

Las nuevas impresoras 3D de los grandes fabricantes no están orientadas al mercado doméstico, sino al empresarial

Los Drones han ido ganando adeptos en el mercado de consumo y el mercado empresarial



- Pequeños y no muy estables
- Experimentación y áreas de fotografía limitadas
- Uso muy regulado
- Dificultad para volar de forma segura



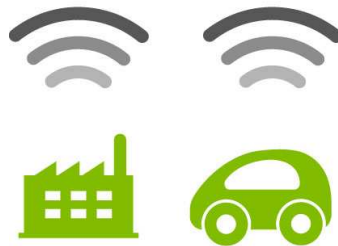
- Guiados por pilotos formados, asegurados y con licencias
- Mejor posición para cumplir con normativas
- Aumento de su uso en actividades de nicho en empresas

Los drones para el mercado empresarial más pesados y de precio más elevado no se convertirán en la norma en el sector de la mensajería ni con respecto a muchos otros usos en el mercado de masas

Los medios se centran en los consumidores al hablar de IoT, pero son las empresas las que generan valor



- Aplicaciones triviales
- ROIs reducidos
- Aún no un mercado de masas



- Compañías quieren dispositivos conectados
- Disponer de información sobre el uso real genera mucho valor

Aunque los consumidores terminarán beneficiándose de los dispositivos conectados, no serán los que impulsen esta tecnología ni los que paguen por ella. Las empresas, en cambio, sí lo harán, arrastrando así a los consumidores.

Algunos puntos clave a considerar

La **consumerización** y la tendencia asociada “Bring Your Own Device” (trae tu propio dispositivo) ofrece algunas ventajas a la empresa, pero intentar contratar, pagar, adquirir y garantizar decenas, e incluso cientos, de millones de dispositivos ha sido una auténtica pesadilla para la mayoría de los equipos de IT

Si los usos en las empresas de wearables, impresoras 3D, drones o Internet de las Cosas fueran impulsados por los consumidores:

- Es probable que no sean suficientemente seguros para las empresas (wearables y IoT).
- Ni todo los robustos y exentos de problemas (wearables).

Pero si es la empresa quien lo impulsa:

- Se conseguirá proteger más eficazmente las redes y datos empresariales.
- Testeados de forma segura



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee (“DTTL”), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte provides audit, consulting, financial advisory, risk management, tax, and related services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries and territories, Deloitte brings world-class capabilities and high-quality service to clients, delivering the insights they need to address their most complex business challenges. Deloitte’s more than 210,000 professionals are committed to becoming the standard of excellence.

This publication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the “Deloitte Network”) is, by means of this publication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this publication.

© 2015. For information, contact Deloitte Touche Tohmatsu Limited.