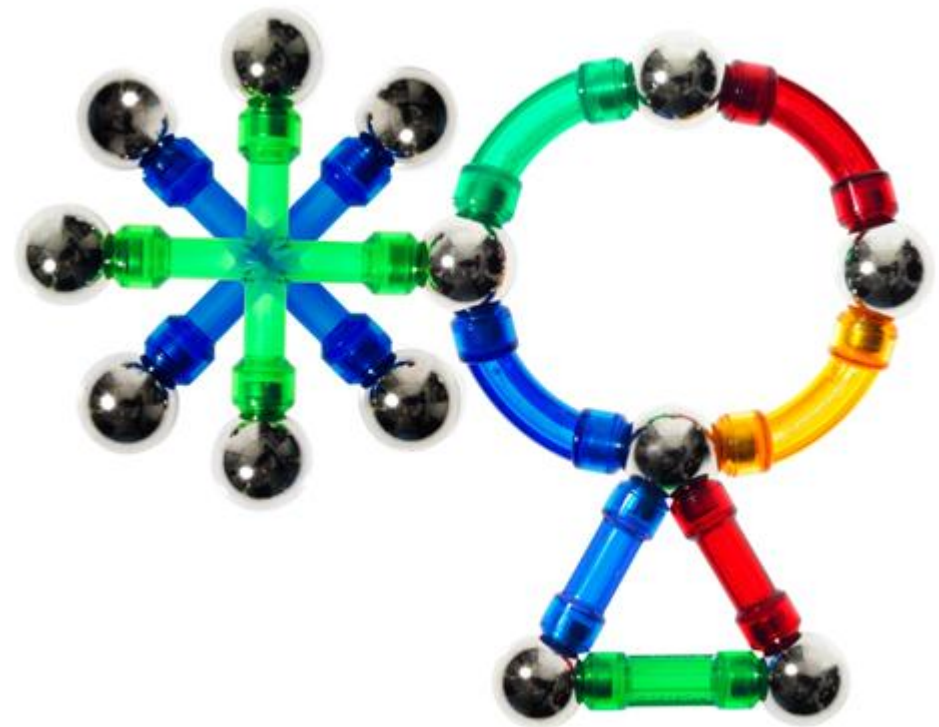


Predicciones 2012 Tecnología, Medios y Telecomunicaciones



Enero, 2012

Contenido

Predicciones de Tecnología

- [La demanda de tecnología de consumo desafía los vientos en contra](#)
- [El surgimiento del propietario multitableta](#)
- [Miles y miles de millones: Big Data se convierte en un negocio gigante](#)
- [Tiempos duros para el disco duro: surge el almacenamiento de estado sólido](#)
- [Recolección de energía por radio frecuencia: una gota en el mar](#)
- [La impresión en 3D está aquí, pero aún no la fábrica en cada hogar](#)

Predicciones de Medios

- [La publicidad segmentada por televisión pierde el «objetivo»](#)
- [Larga vida al horario estelar](#)
- [Consumo de contenido en el transporte gracias al DVR](#)
- [Un nuevo día para los anuncios en línea](#)
- [Investigación de mercados a través de FMRI](#)
- [Extrayendo el valor de los juegos sociales](#)
- [Cupones en línea: un menor nicho, con un valor alto](#)

Contenido

Predicciones de Telecomunicaciones

- Se venderán 500 millones de smartphones de bajo costo en todo el mundo
- Tecnología NFC y dispositivos móviles: más que sólo pagos a través del celular
- Tope a los paquetes de datos: llegará el fin para el Internet ilimitado
- Conectividad sin Internet
- Más apps en el mercado, pero no todas serán negocio

Tecnología

Predicciones 2012 - Tecnología

La demanda de tecnología de consumo desafía los vientos en contra

- *Debido al costo elevado en la adquisición de un auto¹ o de una casa², la compra de productos electrónicos de consumo se vuelve un símbolo alternativo de estatus para los consumidores. Deloitte predice que la demanda global de productos de tecnología de consumo crecerá en 2012, mostrando ventas récord de tabletas y smartphones.*
- Una década atrás el costo de una televisión plana rebasaba los USD\$1,800, ahora con este presupuesto es posible adquirir: dos pantallas planas, dos tabletas, dos netbooks y tres smartphones.
- Los productos de tecnología personal proveerán al consumidor la percepción de recibir “más por su dinero” debido a las características integradas en cada dispositivo (Internet, cámara, compras en línea, etcétera).
- Un número creciente de individuos, en diversas regiones del mundo, pondrá más énfasis en comprar y disfrutar la tecnología de forma nunca antes vista.

En conclusión:

- El presupuesto de los consumidores puede ser limitado en 2012, pero el cómo orientarán su gasto podrá variar, dirigiéndolo a productos de tecnología de consumo. Como ejemplo, el consumidor optará por estar cerca de casa en vacaciones y utilizar ese ahorro para comprar televisión y computadora.³

Predicciones 2012 - Tecnología

El surgimiento del propietario multitableta

- *El tamaño de la tableta será el factor clave para que los usuarios decidan adquirir varias tabletas. Además de la actual, buscarán tabletas mas pequeñas con pantallas de cinco a siete pulgadas⁴ para usos habituales como leer, utilizar aplicaciones diseñadas para smartphones, mostrar fotos a amigos y familiares, y enviar/recibir correo⁵. Deloitte predice que un 5% de las ventas de tabletas en el mundo será a actuales propietarios de una tableta⁶.*
- Las necesidades empresariales serán otro impulsor de los propietarios multitableta, debido a la demanda de mayor seguridad, compatibilidad con diversos sistemas operativos y mayor robustez del dispositivo⁷.
- Los vendedores que ofrezcan contenido e interfaces similares entre familias de dispositivos obtendrán una ventaja competitiva.

En conclusión:

- Los vendedores de dispositivos, propietarios de contenidos y proveedores de conectividad deben estar preparados para responder el surgimiento de los propietarios multitableta.
- Las tabletas continuarán impulsando el tráfico en redes Wi-Fi. Los proveedores de puntos de acceso a Internet necesitarán mejorar su tecnología así como ofrecer redes más amplias y rápidas.

Predicciones 2012 - Tecnología

Miles y miles de millones: Big Data se convierte en un negocio gigante

- *Deloitte predice que para el 2012 el “Big Data”⁸ (análisis masivo de datos) acelerará su penetración y crecimiento en el mercado. Un 90% de las empresas en el ranking Fortune 500 se acercará a esta tecnología.*
- Las redes sociales, el análisis del comportamiento del consumidor en tiempo real y de la movilidad, y otras fuentes generadoras de información, podrían saturar las herramientas de almacenamiento de datos (*data warehouse*).
- Las industrias que presentarán crecimiento en el uso del Big Data serán el sector público, servicios financieros, tiendas de autoservicio (*retail*), medios y entretenimiento⁹.
- El mercado tendrá un valor de entre mil millones de dólares a mil y medio millones en el 2012¹⁰.
- En una conferencia reciente sobre Big Data, 60% de los asistentes opinaron desear que su proveedor actual de soluciones de almacenamiento de datos e inteligencia de negocio sea quien los provea de herramientas de Big Data¹¹.

En conclusión:

- A pesar de que el Big Data está en una etapa temprana, se prevé que en Estados Unidos requerirá de 140,000 a 190,000 profesionales con capacidades y habilidades técnicas en soluciones de Big Data para los próximos cinco años¹².
- Big Data no es sólo tecnología y profesionales, las empresas necesitan alinear los procesos, flujo de trabajo e iniciativas para explotar todo el potencial de estas herramientas de análisis masivo de datos¹³.

Predicciones 2012 - Tecnología

Tiempos duros para el disco duro: surge el almacenamiento de estado sólido

- *El 90% del almacenamiento para dispositivos móviles estará soportado por unidades de estado sólido para finales de 2012 (en 2006 era del 20%)¹⁴. Deloitte predice que el mundo del almacenamiento tendrá en 2012 su punto de inflexión. La adopción de unidades de estado sólido (Solid State Drivers) se incrementará en diferentes industrias.*
- El disco duro no ha muerto. La demanda global de almacenamiento sigue creciendo y ambas tecnologías presentarán un aumento de 2012 a 2013¹⁵. Lo que ha cambiado es la rápida adopción de las unidades de estado sólido en algunos mercados.
- Las dos más grandes ventajas de las unidades de estado sólido son el tamaño y el consumo de energía, y que tienen la mitad de peso/tamaño y consumo de los discos duros.
- Incluso los centros de datos corporativos están interesados y sorprendidos por las unidades de almacenamiento sólido. Lo anterior debido al bajo consumo de energía, poco calentamiento y dimensiones físicas de esta tecnología¹⁶.

En conclusión

- En 2012, los compradores tendrán la opción de elegir conscientemente entre el almacenamiento de disco duro o de estado sólido.
- Los centros de datos (*data centers*) necesitarán desarrollar mejores prácticas sobre ambientes de almacenamiento heterogéneo. Combinar la rapidez de acceso de las unidades de estado sólido y la gran capacidad de almacenamiento de los discos duros.

Predicciones 2012 - Tecnología

Recolección de energía por radio frecuencia: una gota en el mar

- *Aun con las condiciones ideales, cargar por completo un smartphone con energía recolectada por radiofrecuencia podría tardar décadas¹⁷. Deloitte predice que los productos alimentados mediante la recolección de energía por radiofrecuencia tendrán un crecimiento moderado debido a la limitación de esta tecnología.*
- Debido a la abundancia de transmisores de radiofrecuencia, antenas de televisión, torres de red celular y puertos Wi-Fi, parecería que hay una fuente de energía sin aprovechar, sin embargo no es así, hay 25 veces más energía solar disponible que por radiofrecuencia.
- Factores como la distancia entre el dispositivo y la fuente de radiofrecuencia es uno de los aspectos que más afecta la densidad de la energía disponible. Con tan sólo caminar unos metros lejos de una fuente de energía por radiofrecuencia, la eficiencia de la conversión puede caer a un 5%¹⁸.

En conclusión:

- Existen nichos donde esta tecnología podría ser usada. Sensores pequeños que periódicamente acumulan la energía para mandar información podrían utilizar esta tecnología de recolección por radiofrecuencia¹⁹.
- También hay potencial para tecnologías de energía radiante o de emisión (*beamed and broadcast power*) en combinación con radiofrecuencia, para alimentar en un futuro los controles de consolas o televisores.

Predicciones 2012 - Tecnología

La impresión en 3D está aquí, pero aún no la fábrica en cada hogar

- *Las impresoras en 3D seguirán siendo productos de nicho en 2012, pero la presencia de adoptadores tempranos mostrará el potencial del mercado y motivará que esta tecnología comience a salir a la superficie. Deloitte predice que las impresoras en 3D serán accesibles en diferentes mercados, como el de manufactura, biomédica o incluso en la industria de herramientas eléctricas²⁰. Pero no llegará aún a los hogares.*
- Algunos han nombrado a las impresoras en 3D el primer paso hacia una democratización de la producción²¹, llamándolas “fábricas de escritorio”²²; algunos otros prevén que los consumidores descarguen diseños de fuentes abiertas y los impriman en esta tecnología²³.
- Las impresoras en 3D son extremadamente útiles en la creación de prototipos, productos altamente personalizados, o pequeñas producciones en serie, sin embargo, la manufactura tradicional sigue siendo por mucho más rápida y económica.
- Imprimir artículos que requieran múltiples materiales no es posible sin un incremento sustancial de la complejidad²⁴.
- Se espera que para el 2012 el precio de impresoras de 3D esté por debajo de los mil dólares²⁵.

En conclusión:

- A pesar de que esta tecnología tiene varias aplicaciones únicas y se espera un crecimiento de su uso en el largo plazo, será vista como una herramienta complementaria y no reemplazará todavía a las formas tradicionales de producción.

Referencias

¹ In the United Kingdom, according to one motoring association, the average cost of running a car, considering fuel costs, depreciation and insurance is about \$10,000. This represents a year-on-year rise of 14 percent. See: Cost of motoring increases at three times rate of inflation, The Telegraph, 23 November 2011:

<http://www.telegraph.co.uk/finance/personalfinance/insurance/motorinsurance/8909027/Cost-of-motoring-increases-at-three-times-rate-of-inflation.html>. For further information on the cost of motoring see: Ever wonder how much you're really paying to drive your car each year, AAA Exchange Website:

<http://www.aaaexchange.com/main/Default.asp?CategoryID=16&SubCategoryID=76&ContentID=353>,

Private Ownership Costs, New - 5 years @ 15,000km per year, RACQ 2011:

http://www.racq.com.au/_data/assets/pdf_file/0004/69205/RACQ-Private-Vehicle-Running-Costs-2011.pdf

² First-time buyers: Life begins at 40, The Independent, 20 November 2011:

<http://www.independent.co.uk/money/mortgages/firsttime-buyers-life-begins-at-40-6265083.html>

Cities where there has been a significant shift from driving to public transportation include Nairobi, Mexico City, Shenzhen, Buenos Aires and Beijing. See: IBM Global Commuter Pain Survey: Traffic Congestion Down, Pain Way Up, Armonk, 8 September 2011: <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/35359.wss>. For information on the extent and rise of traffic congestion see: Traffic Congestion in Europe, INRIX Website:

<http://www.inrix.com/pressrelease.asp?ID=108>; UK is Europe's most traffic-clogged nation, ClickGreen, 3 November 2010: <http://www.clickgreen.org.uk/analysis/general-analysis/121603-uk-is-ranked-europes-most-traffic-clogged-nation.html>

³ Spending on technology and communications products is forecast to rise by 20 percent between 2010 and 2015 in the United Kingdom. In 2010, half of UK adults perceived a vacation as a luxury, up from 38 percent prior to the recession. See: Essential items top consumer shopping lists but economic worries top woes, Mintel Oxygen Reports, August 2010: <http://www.mintel.com/press-centre/press-releases/589/essential-items-top-consumer-shopping-lists-but-economic-worries-top-woes>

Referencias

⁴ For example, see: Lenovo unveils three new Android tablets--5, 7, and 10 inches, CNET, 29 November 2011: http://news.cnet.com/8301-1023_3-57332892-93/lenovo-unveils-three-new-android-tablets-5-7-and-10-inchers/

⁵ For a discussion on how smaller tablets may be used, see: Kindle Fire fights Nook Tablet, Financial Times, 18 November 2011: <http://blogs.ft.com/fttechhub/2011/11/kindle-fire-fights-nook-tablet/#axzz1evPiV8Fs>

⁶ Figure for multi-tablet ownership volume and the total tablet market for 2010, 2011 and 2012 are estimates based on conversations with industry players, existing knowledge, and published industry estimates and forecasts, including: Apple to sell 149 million iPads in '15, researcher says, CNET News, 22 September 2011:

http://news.cnet.com/8301-13506_3-20110077-17/apple-to-sell-149-million-ipads-in-15-researcher-says/,

Tablet Demand and Disruption, Morgan Stanley Research, 14 February 2011:

http://www.morganstanley.com/views/perspectives/tablets_demand.pdf,

Media Tablet and eReader Markets Beat Second Quarter Targets, Forecast Increased for 2011, IDC Press Release, 14 September 2011: <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23034011>

⁷ Specialized rugged tablets will also be launched in 2012: these will be for industrial use in most cases and are likely to have much higher prices. Source: Getac Releases World's Smallest, Toughest Tablet, EON, 30 November 2011:

<http://eon.businesswire.com/news/eon/20111130006020/en/Getac/rugged/tablet> ; Motorola unveils rugged ET1

Android tablet for enterprise types (video), Engadget, 10 October 2011:

<http://www.engadget.com/2011/10/10/motorola-unveils-rugged-et1-android-tablet-for-enterprise-types/>;

Panasonic Toughbook to address market void by delivering enterprise-grade Android tablet, Business Computing World, 20 June 2011:

<http://www.businesscomputingworld.co.uk/panasonic-toughbook-to-address-market-void-by-delivering-enterprise-grade-android-tablet/>

Referencias

⁸ Big data is a term applied to data sets whose size is beyond the ability of commonly used software tools to capture, manage, and process the data within a tolerable elapsed time. Big data sizes are a constantly moving target currently ranging from a few dozen terabytes to many petabytes of data in a single data set.

⁹ This assessment is based on publicly disclosed big data project announcements and Deloitte member firm interviews.

¹⁰ As a fact check, we have interviewed a sample of enterprises that are budgeting for 2012 Big Data projects. Average spend per company is about \$10-15 million. Assuming that about 1000 companies do similar sized pilots also yields a \$1-1.5B market.

¹¹ Hadoop World 2011: The State of Big Data Adoption in the Enterprise, Slide 20, Slideshare, November 2011:

<http://www.slideshare.net/cloudera/the-state-of-big-data-adoption-in-the-enterprise-tony-baer-ovum>

¹² Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity, McKinsey, May 2011:

http://www.mckinsey.com/mgi/publications/big_data/

¹³ Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity, McKinsey, May 2011:

http://www.mckinsey.com/mgi/publications/big_data/

¹⁴ Small mobile device include MP3 players, smartphones and tablets. Today, MP3 players represent almost all of the HDD storage in this market: there are some HDDs used in phones and tablets today, but less than 1 percent.

¹⁵ Total storage growth estimates for 2012 and 2013 are based on non-public broker estimates published in November and December 2011.

¹⁶ CloudSigma adds SSDs to its public cloud, GigaOM, 8 November 2011: <http://gigaom.com/cloud/cloudsigma-adds-ssds-to-its-public-cloud/>

¹⁷ Although in reality the self-discharge rate of the batteries used in mobile devices is greater than the re-charge rate generated by any practical ambient RF technology: the battery drains faster than you can fill it!

Referencias

- ¹⁸ Powercast Wireless Power Calculator, Powercastco: <http://www.powercastco.com/wireless-power-calculator.xls>
- ¹⁹ Passive RFID Basics, Microchip, 1998: <http://ww1.microchip.com/downloads/en/appnotes/00680b.pdf>
- ²⁰ 3D printers are more akin to tools like table saws and drill presses, rather than consumer electronics. The \$22 billion power tool market gives an idea of the size of the total addressable market. Forecast Source: World Power Tools to 2015, Freedonia Group, June 2011: <http://www.freedoniagroup.com/World-Power-Tools.html>
- ²¹ Shapeways is the company which coined the phrase “Democratization of Production” comparing 3D printing to similar revolutions in user generated content. Source: Shapeways & the democratization of production, Slide Share, 15 October 2008: <http://www.slideshare.net/jochem/shapeways-the-democratization-of-production-presentation>
- ²² “Desktop Factory” bankruptcy. Source: THE 'END OF THE ROAD' OR A NEW BEGINNING, Desktop Factory news, August 2009: http://www.desktopfactory.com/news/08_12_09.html
- ²³ 3D printing: a replicator and teleporter in every home. Source: Extremetech, August 5, 2011: <http://www.extremetech.com/extreme/92042-3d-printing-a-replicator-and-teleporter-in-every-home>
- ²⁴ The number of different materials that go into something as ordinary as a shoe is impressive, from fabrics and leathers, to various rubbers, foams, plastics, metals and adhesives. This makes it a challenge to “print” even mundane household items. Sources: Anatomy of a running shoe, ASICS Website: <http://www.asics.co.uk/running/knowledge/anatomy-of-a-running-shoe/>
- ²⁵ MakerBot introduces 3D printer kit for the home market at just over \$1000. We expect 2012 to see the first sub \$1,000 hobbyist units. MakerBot Thing-O-Matic kit w/ Stepstruder MK7 \$1099, MakerBot Store Website: <http://store.makerbot.com/thing-o-matic-kit-mk7.html>

Medios

Predicciones 2012 - Medios

La publicidad segmentada por televisión pierde el «objetivo»

- *En 2012, Deloitte predice que la publicidad segmentada por televisión probablemente represente menos de un 10 por ciento de los ingresos totales de publicidad de televisión, la cual llegaría a ser de USD\$200 millones, de un total de USD\$227 miles de millones¹.*
- La publicidad segmentada por televisión (Targeted TV Ad) es un spot comercial convencional entregado a una determinada televisión o computadora. El anuncio se segmenta con base en datos contextuales, tales como nivel de ingreso del hogar, historial de compra o etapa de vida de las personas².
- La promesa de la TV siempre ha sido entregar el mensaje a la persona objetivo. No obstante, como medio de comunicación masiva, los spots son vistos también por otras personas. De aquí radica la oportunidad para la entrega de señal satelital, por cable o web, al mismo tiempo del desarrollo de tecnología para entregar mensajes segmentados con mayor precisión³.
- Si bien esta tendencia se muestra con mayor potencial de adopción por el desarrollo de tecnología, los anunciantes aún no están del todo interesados en fragmentar a menor nivel el alcance de sus mensajes. La razón: el costo de producción de los anuncios se mantiene alto y en aumento, así como el costo del análisis de datos de audiencia.

En conclusión:

- La publicidad segmentada por televisión se mantiene como sector a observar en 2012, pero con menores probabilidades de expansión en los próximos 12 meses.

Predicciones 2012 - Medios

Larga vida al horario estelar

- *En 2012, Deloitte pronostica que las audiencias permanecerán consumiendo el contenido en vivo o casi en vivo, con un tiempo de vida no mayor a 24 horas sin importar que la plataforma de acceso sea televisión, cable, web, on-demand o smartphone.*
- La tecnología no ha hecho que los horarios estelares desaparezcan, por el contrario, hay mayor accesibilidad y flexibilidad para reproducir los contenidos⁴. La penetración de los reproductores digitales de video (DVR) en países como Estados Unidos y Reino Unido ha sobrepasado ya el 50 por ciento de los hogares⁵. El crecimiento de plataformas como los smartphones, consolas y tabletas se mantendrá como una opción para consumo de contenido on-demand⁶.
- Los horarios de televisión se mantendrán dominando a las audiencias. El ser humano por naturaleza prefiere las rutinas, estructuras y horarios. Por muchos años las familias y grupos de personas se han reunido a ver su programación preferida y eso se mantendrá en el 2012 y en los años por venir. La tecnología, el ancho de banda y los nuevos dispositivos incrementarán la penetración de los contenidos de mayor rating⁷.

En conclusión:

- El contenido sigue dominando a las audiencias. Los contenidos atados a los horarios se mantendrán como las fuerzas que muevan el comportamiento. Las televisoras seguirán manteniendo el poder del horario estelar. Las compañías de tecnología o canales de video bajo demanda tendrán que gestionar estrategias no contra la barra de horarios de la televisión, sino explotando al máximo alternativas para reproducción.

Predicciones 2012 - Medios

Consumo de contenido en el transporte gracias al DVR

- *Los propietarios de smartphones con pantalla completa y tabletas usarán estos dispositivos como reproductores digitales de video, para visualizar durante sus traslados las más de 5 mil millones de horas de televisión disponibles en el mercado. Esto demandará una base instalada de por lo menos 400 millones de teléfonos inteligentes de última tecnología⁸ y cerca de 100 millones de tabletas⁹.*
- Esto representa una tendencia acerca de las audiencias jóvenes, que pasan más tiempo transportándose y que adoptan con mayor rapidez la tecnología y consumen más los contenidos televisivos. Casi todo el contenido digital será precargado en casa a los dispositivos digitales. No obstante, problemas de ancho de banda y tamaño de memoria generarán que el consumo en el transporte de contenido televisado represente menos del uno por ciento del total de video visto bajo demanda.
- Las dos innovaciones recientes más populares en el consumo de contenido producido para televisión, el DVR (reproductor digital de video) y los servicios de reproducción bajo demanda, han generado una mayor proliferación de dispositivos móviles con mayor capacidad de memoria y mayor tamaño de pantalla, por lo tanto con menores precios. Hoy se puede adquirir un dispositivo móvil con capacidad superior a la computadora tradicional capaz de reproducir y almacenar contenidos.

En conclusión:

- El uso del tiempo de transporte para ponerse al día con los programas de televisión favoritos, gracias a los dispositivos de reproducción móvil y a los teléfonos con mayor capacidad, se mantendrá como una tendencia en los próximos años.

Predicciones 2012 - Medios

Un nuevo día para los anuncios en línea

- *El gasto en publicidad para hacer branding en línea crecerá más rápido que la inversión en publicidad tradicional, tanto impresa como la de “respuesta directa” por Internet.*
- El crecimiento se dará en general para los diversos formatos digitales y tradicionales, y la inversión en publicidad total es probable que crezca un 11 por ciento en 2012¹⁰. Sin embargo, la inversión publicitaria total y la publicidad en web crecerán a menor paso que el *branding* online, el cual se espera tenga un crecimiento del 50 por ciento año con año para llegar a 20 mil millones de dólares¹¹, en la medida que los anunciantes se percaten del poder de Internet para construir valor de marca a largo plazo.
- La publicidad en Internet ha pasado por diferentes etapas, y para 2012 se prevé un mayor enfoque en esquemas de *branding* en línea, como *banners rich media*, patrocinios, *social media* y video. Los formatos de respuesta directa, como la publicidad por correo electrónico, creación de bases de datos y búsquedas han sido los dominantes en la web. De los 26 mil millones de dólares por Internet que se invierten en publicidad en línea en Estados Unidos, 20 mil millones son para formatos de publicidad de respuesta directa.

En conclusión:

- Se prevé un cambio evolutivo en los formatos de publicidad en Internet, más orientado a la creación de valor de marca en lugar de respuesta directa, contrario a lo que sucede en el mundo de la publicidad tradicional, donde las acciones de *branding* concentran desde ahora el 61 por ciento¹² de la inversión total.

Predicciones 2012 - Medios

Investigación de mercados a través de FMRI

- *Para 2012, Deloitte pronostica que el uso del escáner funcional de resonancia magnética (Functional Magnetic Resonance Imaging, FMRI) será un dispositivo no invasivo que se utilice para entender el comportamiento del cerebro humano en tiempo real con aplicaciones en investigación de mercado y publicidad¹³.*
- Cincuenta años atrás, la investigación de mercado se basaba en su propia intuición y en el conocimiento de la industria. Veinte años después, a través de encuestas y sesiones de grupo, se desarrollaban productos con base en estos resultados. Sin embargo, persiste un reto: los clientes no siempre dicen la verdad y no están conscientes todo el tiempo de sus necesidades.
- El funcionamiento de los dispositivos FMRI se basa en que, si bien no es posible determinar si la persona está pensando en color negro o blanco, diferentes estímulos externos activan diversas zonas del cerebro y esta reacción puede ser identificable.
- Aunque estos dispositivos tienen un alto costo y tamaño similar a un gran automóvil, su poder para plasmar en una imagen la respuesta cerebral a diversos estímulos externos es la principal razón para su uso en la investigación de mercado.

En conclusión:

- El primer estudio de investigación de mercados basado en *neuromarketing* fue publicado en 2004¹⁴, por lo que la correlación de la actividad cerebral y la investigación de mercado es un campo que representa grandes áreas de oportunidad. Habrá que tenerlo en el mapa.

Predicciones 2012 - Medios

Extrayendo el valor de los juegos sociales

- *Deloitte pronostica que la industria de los juegos en redes sociales bajará su ritmo de crecimiento de doble dígito, debido a un cambio de modelo de negocio para seguir monetizando los juegos sociales¹⁵.*
- El modelo de negocio actual siempre ha incluido que el acceso a los juegos sea gratuito. Aparte de la publicidad en los medios sociales donde se albergan los juegos, los usuarios no pagan por tener acceso a los contenidos estándar, salvo en casos específicos donde se ofrecen contenidos *premium* de paga.
- Si bien los juegos sociales son accesibles a cualquiera con una computadora y acceso a Internet, las mujeres son las de mayor adopción de estos juegos, en contraste con los videojuegos, cuya penetración predomina en el sector masculino¹⁶.
- De 2008 a 2010 los juegos sociales observaron una adopción exponencial. Parecía que se trataba de una revolución en este sector. Sin embargo, sólo tres de cada diez usuarios de los juegos sociales pagan por contenido *premium*, por lo que el modelo de negocio gratuito no es sostenible y nuevas formas de monetizar los juegos sociales están en la mesa de discusión¹⁷.

En conclusión:

- La publicidad dentro de los juegos y la compra de contenido *premium* se observan como alternativas viables para la industria. Un mercado que está en transformación.

Predicciones 2012 - Medios

Cupones en línea: un menor nicho, con un valor alto

- *Deloitte pronostica que los cupones en línea permanecerán como un nicho del comercio al detalle con menos crecimiento en los próximos años, pero con un valor de mercado cercano a los miles de millones de dólares. La cantidad de personas obteniendo cupones declinará moderadamente¹⁸.*
- El nicho de los cupones en línea requiere de un jugador clave: el intermediario. Las compañías promotoras de cupones cobran un porcentaje sobre el anuncio o uso del cupón por los clientes. Esto pone mayor presión a los detallistas para obtener rentabilidad, por lo que no se prevé un uso continuo o intensivo de grandes empresas como estrategia de promoción de ventas. Ciertas categorías de servicios, como blanqueamientos dentales o experiencias de viaje, pueden llegar a ser las categorías que mayor ventaja obtengan de los cupones, ya que el margen de ganancia puede variar por diferentes atributos en la entrega del servicio¹⁹.
- En 2012, las compañías que mayor adopción harán de este modelo de promoción serán las pequeñas y medianas empresas con menores presupuestos publicitarios y que busquen creación de marca. Las grandes empresas, a través de sus propias plataformas de contacto, realizarán promociones y descuentos de acuerdo a sus categorías de productos y servicios, especialmente cuando los intermediarios cobren un porcentaje alto de comisión²⁰.

En conclusión:

- Si bien la estrategia de ofrecer cupones se mantiene estable para ciertos tipos de categorías, permanecerá como nicho de mercado con un crecimiento menor.

Referencias

¹ This Year Next Year, GroupM, December 2011

² We consider online TV as a subset of online video, and online TV ad spend as a subset of online video ad spend.

³ For example, one recruitment campaign was based on four different types of users. An ad was created for each type. Source: TV's Next Wave: Tuning In to You, The Wall Street Journal, 7 March 2011: <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704288304576171251689944350.html> For more information on the data approach that could be used with this, as well as pros and cons, see: In Defense of Targeted TV Ads, Time, 10 March 2011: <http://techland.time.com/2011/03/10/targeted-tv-ads/>

⁴ In United Kingdom, 60 percent of shows recorded on one broadcaster's DVRs were watched within one day; in DVR households, about 85 percent of television was watched live; in Germany, one broadcaster with an online TV service found that online viewing peaked within a day of broadcast. Source: How people really watch television, The Economist, 29 April 2010: <http://www.economist.com/node/15980817>

⁵ Penetration rates for computers and other connected devices vary significantly by country. For information on device ownership in the US, see: Gadget ownership over time, Pew Internet, 2011: <http://www.pewInternet.org/Trend-Data/Device-Ownership.aspx>

⁶ In Tokyo, a city which benefits from among the fastest broadband networks in the world, viewing of TV rose by 10 minutes per day between 2000 and 2008, to 216 minutes. Over the same period, roll-out of fiber to home networks increased significantly. Source: Changing the channel, The Economist, 29 April 2011: <http://www.economist.com/node/15980859>

⁷ The volume of the installed base for the full-screen, high-end smart phones are estimates based on existing knowledge, conversations with industry players and published industry estimates and forecasts, including: CIO mission: 'Reimagine IT', CIO New Zealand, 16 November 2011: <http://cio.co.nz/cio.nsf/news/EB7766A85703C6CDCC25794A00116619>; Smartphone usage set to rocket to 1.7 billion by 2014, The Independent, 27 April 2010: <http://www.independent.co.uk/news/business/news/smartphone-usage-set-to-rocket-to-17-billion-by-2014-1955258.html>

⁸ BBC survey shows 3G coverage in the UK far more patchy than mobile operator coverage maps suggest, Unwired insight, 25 August 2011: <http://www.unwiredinsight.com/2011/bbc-3g-coverage>

⁹ MagnaGlobal Cuts Global Ad Forecasts for 2011, 2012, The Hollywood Reporter, 5 December 2011: <http://www.hollywoodreporter.com/news/magnaglobal-cuts-global-ad-forecasts-269544> and U.S., Global Ad Growth to Accelerate in 2012 Driven by Special Events, The Hollywood Reporter, 4 December 2011: <http://www.hollywoodreporter.com/news/us-global-ad-growth-accelerate-2012-269442>

¹⁰ MagnaGlobal downgrades 2011, 2012 ad growth estimates, Radio & Television Business Report, 5 December 2011: <http://www.rbr.com/media-news/advertising/magnaglobal-downgrades-2011-2012-ad-growth-estimates.html>

¹¹ Campaign Optimization in Real-Time, Slide 2, SlideShare, October 2011: <http://www.slideshare.net/CMSummit/950-com-score>

Referencias

- ¹² There is no public data on the exact spending of time or dollars on fMRI. But interviews suggest that growth is significant and accelerating
- ¹³ Neuromarketing also includes other research tools, such as EEGs, galvanic skin receptors and respiratory measurement (similar to those used in polygraph, or lie detectors) and eye tracking. But fMRI appears to be the fastest growing and most influential at this time.
- ¹⁴ Neural Correlates of Behavioral Preference for Culturally Familiar Drinks, ScienceDirect, 14 October 2004: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0896627304006129>
- ¹⁵ HIS Screen Digest News Flash: Zynga Preliminary IPO Filing Legitimizes Social Gaming Market, June 30, 2011, <http://www.isuppli.com/Media-Research/News/Pages/IHS-Screen-Digest-News-Flash-Zynga-Preliminary-IPO-Filing-Legitimizes-Social-Gaming-Market.aspx>
- ¹⁶ PopCap / Information Solutions Group, 2011: http://www.infosolutionsgroup.com/pdfs/2011_PopCap_Social_Gaming_Research_Results.pdf 2008 Sales, Demographic and Usage Data, The Entertainment Software Association, http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2008.pdf
- ¹⁷ Zynga's Quest for Big-Spending Whales, Bloomberg Businessweek, July 2011: <http://www.businessweek.com/magazine/zyngas-quest-for-bigspending-whales-07072011.html>
- ¹⁸ In Luxury Sector, Discounting Can Be Dangerous, Bloomberg Business, 23 July 2009: http://www.businessweek.com/magazine/content/09_31/b4141049551979.htm
- ¹⁹ For further information, see: Don't be fooled by illusory numbers Financial Times, 11 January 2011: <http://www.ft.com/cms/s/0/c52d7d8c-1dbd-11e0-aa88-00144feab49a,s01=1.html>
- ²⁰ Commissions can be negotiated down from 50 percent to about 20 percent. Source: Groupon Competitors, Clones, And Cousins Are Growing Insanely Quickly, Business Insider, 6 July 2010: http://articles.businessinsider.com/2010-07-06/tech/30027016_1_daily-deal-cities-arps

Telecomunicaciones

Predicciones 2012 - Telecomunicaciones

Se venderán 500 millones de smartphones de bajo costo en todo el mundo

- *Deloitte predice que cerca de 500 millones¹ de smartphones de bajo costo en el mercado detallista² (menos de USD\$ 100 por unidad en Estados Unidos) estarán en uso en todo el mundo a fines de 2012³.*
- Esta tendencia es análoga a la demanda de netbooks, en tanto los consumidores buscan cada vez más dispositivos con funciones computacionales pero no requieren que se trate de alta tecnología.
- Muchos consumidores considerarán que un smartphone es cualquier celular con *touchscreen*, sin importar qué sistema operativo posea⁴. Será un tema de percepción.
- El área de oportunidad más grande será en los mercados emergentes, en donde el acceso a Internet puede ser bajo (a veces menos del 20% de los hogares) pero la necesidad de comunicación va en crecimiento. En cuanto a los mercados maduros, el smartphone de bajo costo podría ser una buena opción para quienes por primera vez compran un celular, como los adolescentes.

En conclusión:

- Los operadores deberán ayudar a educar a los nuevos usuarios de smartphones respecto a los costos de los paquetes de datos, pues tener un smartphone no necesariamente significa contar con un presupuesto holgado. El uso de tarjetas prepagadas podría ser una buena solución.
- Habrá presión en la cadena de suministro para que disminuyan los precios de componentes⁵, y también los desarrolladores de aplicaciones enfrentarán retos en tanto los dueños de smartphones de bajo costo son menos propensos a pagar por contenidos.

Predicciones 2012 - Telecomunicaciones

Tecnología NFC y dispositivos móviles: más que sólo pagos a través del celular

- *Deloitte pronostica que el número de dispositivos con tecnología integrada NFC (near-field communications = comunicación inalámbrica que permite el intercambio de datos entre dispositivos a distancia muy cercana) crecerá hasta alcanzar los 200 millones de unidades en 2012 y 300 millones al final de 2013.*
- La tecnología NFC posibilita un intercambio seguro de información entre dispositivos que se encuentren hasta a 4 cm. de distancia, con un ratio de transferencia de datos relativamente bajo⁶. No es útil para aplicaciones que utilizan gran ancho de banda (como transmisión de video), pero sí supera a tecnologías como la de Bluetooth, el envío de SMS y la transmisión infrarroja⁷.
- Hasta ahora la funcionalidad más conocida de la NFC es la de hacer pagos utilizando el celular como tarjeta de crédito⁸, aunque muchos consumidores todavía dudan de ella por temas de seguridad y de qué ocurre cuando el dispositivo se queda sin batería. A pesar de que estas dudas sean infundadas⁹, conllevarán que en este rubro el 2012 sea únicamente un año de transición.
- Aunque la agenda mediática sólo se concentre en los pagos móviles, a la larga habrá una variedad de usos para los dispositivos con NFC, incluyendo aplicaciones relacionadas con juegos, seguridad, autenticación de usuarios e intercambio de información.

En conclusión:

- Dada la lenta adopción de la tecnología NFC para pagos con celular, los fabricantes deberán evaluar el beneficio de añadir chips NFC a sus dispositivos móviles. El costo es relativamente bajo¹⁰, pero no igual a cero. Los desarrolladores de aplicaciones también deberán estar al pendiente de lo que surja en el ecosistema NFC.

Predicciones 2012 - Telecomunicaciones

Tope a los paquetes de datos: llegará el fin para el Internet ilimitado

- *La demanda por Internet está creciendo más del 30% al año. Dado el tráfico en horas pico, los proveedores (ISPs) están comenzando a verse obligados a disminuir la velocidad que ofrecen en la transmisión de datos. La alta demanda de datos ha llevado a muchas redes celulares a poner fin a sus planes de Internet ilimitado, por lo que Deloitte pronostica que 2012 podría ser el año en que las redes fijas hagan lo mismo con su ancho de banda.*
- En 2012 hasta cien millones de usuarios de Internet tendrán que vigilar cuidadosamente su consumo de ancho de banda, pues los proveedores de al menos cinco países¹¹ empezarán a establecer topes mensuales para aliviar el tráfico de la red.
- Estos topes llevarán a los usuarios de redes celulares a recurrir cada vez más a redes Wi-Fi.
- Ya se trate de topes al consumo monetario o al consumo de datos, la era del Internet ilimitado puede estar llegando a su final, y otras opciones, como la “conectividad sin Internet” puede ser una buena opción para los usuarios.

En conclusión:

- Hace algunos años se creía que cualquier ISP que ofreciera Internet ilimitado no podría volverse atrás. La experiencia reciente demuestra que la clave es involucrar al consumidor en la conversación sobre los beneficios de los topes (menor congestión en la red, velocidades más altas en hora pico), además de que dichos topes no necesariamente afectan a todos los consumidores.

Predicciones 2012 - Telecomunicaciones

Conectividad sin Internet

- *Deloitte proyecta que para finales de 2012, aproximadamente el uno por ciento del intercambio de datos vía inalámbrica será entre dispositivos y no por Internet, doblando la cifra del 2011. Aunque el tráfico inalámbrico seguirá siendo dominado por las redes celulares y Wi-Fi en el futuro cercano, las tecnologías para conexión inalámbrica de corto alcance doblarán su tráfico de bits cada año por lo menos hasta el 2015 y más allá¹².*
- Internet se ha convertido en uno de los medios más importantes para la transferencia de información, sin embargo, la saturación en las redes tanto fijas como móviles llevará a cada vez más usuarios a recurrir a las conexiones inalámbricas.
- La tecnología *wireless* ha dominado en el pasado en la forma de conectividad infrarroja y Bluetooth. Se espera que resurja ante la necesidad en aumento de la rápida transferencia de información y datos entre dispositivos y usuarios.

En conclusión:

- Existen dos enfoques para desahogar el tráfico en la red: uno incrementar la capacidad, otro aligerar la tasa de transferencia. Los operadores de redes deberían entonces considerar la “conectividad sin Internet” como una tercera opción para entregar conectividad *wireless*, en adición a las redes celulares y fijas con Wi-Fi.

Predicciones 2012 - Telecomunicaciones

Más apps en el mercado, pero no todas serán negocio

- *Deloitte proyecta que en 2012, el número de aplicaciones (apps) disponibles en todas las “tiendas” exceda los dos millones¹³. Así, el tamaño del mercado de apps se doblará, pues alcanzó el primer millón en diciembre de 2011¹⁴.*
- Sin embargo, la proporción de las apps de paga que son descargadas sigue y seguirá siendo reducida. Sólo un veinte por ciento de ellas se descargan más de mil veces¹⁵.
- La presión sobre los desarrolladores aumentará, en tanto se incrementa la variedad de smartphones y tabletas en el mercado. Para poder cubrir un mercado amplio a nivel global (diversos dispositivos, sistemas operativos, idiomas, etc.), un desarrollador tendría que elaborar hasta 360 variaciones de una misma app.
- Esto no significa que el modelo de negocio de las apps haya fallado, al contrario, es una oportunidad para que los proveedores de apps busquen maneras de mejorar y asegurar la calidad de los productos que ofrecen. Las tiendas de apps podrían comenzar a establecer modelos de suscripción¹⁶ basados, por ejemplo, en el género del usuario, o bien, ofrecer paquetes de apps recomendadas por un experto.

En conclusión:

- En tanto crezca el catálogo de apps, también será más difícil que alguna de ellas se convierta en un éxito. Los desarrolladores deberán aprovechar lo que la tecnología pueda ofrecer para lograr ventajas competitivas, asegurar la calidad de las mismas, así como apoyarse en campañas de marketing para darlas a conocer.

Referencias

¹ The figures for \$100 smartphone shipments and total smartphone and mobile phone market volume for 2011 and 2012 are Deloitte estimates based on existing knowledge, industry conversations, and published industry estimates and forecasts, including: Cellphone Shipments on Pace to Set New Record High in 2011, IC Insights, 14 June 2011:

<http://www.icinsights.com/news/bulletins/Cellphone-Shipments-On-Pace-To-Set-New-Record-High-In-2011/>; Gartner Says Android to Command Nearly Half of Worldwide Smartphone Operating System Market by Year-End 2012, Gartner, 7 April 2011:

<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1622614>; \$100 Smartphone to Shake Up Asia Telco Sector in 2012, CNBC, 25 November 2011:

<http://www.cnbc.com/id/45433194>;

Full-Year Handset Sales May Miss Forecast, Gartner Reports, Bloomberg, 19 May 2011:

<http://www.bloomberg.com/news/2011-05-19/full-year-handset-sales-may-be-lower-than-expected-gartner-says.html>

² Prices refer to advertised, unsubsidized prices to customers before sales tax or VAT.

³ The \$100 price point compares to an average selling price in 2012 of between \$130-170 across all phones, \$600 for high-end smart phones, and a few tens of dollars for basic entry-level phones.

⁴ One definition of a smartphone is if a manufacturer makes a software developer kit (SDK) available to developers, who can use native application programming interfaces (APIs) to write applications.

Source: Gartner Says Android to Command Nearly Half of Worldwide Smartphone Operating System Market by Year-End 2012, Gartner, 7 April 2011:

<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1622614>

⁵ Mediatek to drop their chipset prices by 20 percent. Source: \$100 Smartphone to Shake Up Asia Telco Sector in 2012, CNBC, 25 November 2011:

http://www.cnbc.com/id/45433194/100_Smartphone_to_Shake_Up_Asia_Telco_Sector_in_2012

⁶ The maximum bit rate supported by NFC is 424 kbit/s, which is acceptable for most applications, but not video. Further, that maximum bit rate is seldom achieved in real world settings.

⁷ SMS is not a short range technology, but it is used as a mobile payments technology, so we have included it in the list. Essentials for Successful NFC Mobile Ecosystems, MFC Forum, October 2008:

http://www.nfc-forum.org/resources/white_papers/NFC_Forum_Mobile_NFC_Ecosystem_White_Paper.pdf

⁸ Mobile Wallet Gaining Currency, The New York Times, 6 September 2011:

<http://www.nytimes.com/2011/09/06/technology/mobile-wallet-gaining-currency.html>

⁹ Also, its extreme short range makes it more secure than some other wireless technologies whose signals travel further. For a hacker to gain access to the signal, they would need to have an antenna within 20 cm or 8" of the phone, which is difficult to do surreptitiously.

Referencias (cont.)

¹⁰ Nokia's Smart Phones To Feature NFC Chips In 2011, Payments Source, 18 June 2010:

<http://www.paymentsource.com/news/nokia-smart-phones-to-feature-nfc-chips-3002165-1.html>

¹¹ World Broadband Statistics: Short report, Q4 2010, Point Topic, March 2011: <http://broadband.cti.gr/el/download/broadbandshortreport2010.pdf>

¹² Assumptions on the doubling of volumes are based on the growing number of portable data devices (tablets, smartphones, computers, wireless speakers, wireless SD cards, wireless digital terrestrial TV transmitters etc...). Also note the assumptions on doubling of data volumes year-on-year in the following report: Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2010-2015, Cisco, June 2011:

http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns827/networking_solutions_sub_solution.html

¹³ This refers to the number of apps concurrently available; the catalog of application stores is constantly being refreshed. The one million apps milestone was reached in September 2011. See: <http://blog.appsfire.com/1-million-apps-ios-android/>

¹⁴ It's a 1 million mobile app world, GigaOM, 2 December 2011: <http://gigaom.com/2011/12/02/its-a-1-million-mobile-app-world/>

¹⁵ Most branded apps are a flop says Deloitte. But why?, The Guardian, 11 July 2011:

<http://www.guardian.co.uk/technology/appsblog/2011/jul/11/branded-apps-flopping>

¹⁶ Intel Pushes Subscription Model for Tablet App Store, PC World, 25 June 2011:

http://www.pcworld.com/businesscenter/article/231150/intel_pushes_subscription_model_for_tablet_app_store.html



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos, consultoría y asesoría financiera, a 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 aproximadamente 182,000 profesionales de la firma están comprometidos con la visión de ser el modelo de excelencia.

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de la pérdida que pueda sufrir cualquier persona que consulte esta publicación.