



QuISI 2017

Resultados del Estudio y Resumen Ejecutivo

Preparado para:



Agenda



Objetivos del QuSI



Grado de conocimiento sobre 5G



Principales resultados



**Consideraciones
finales**

QuISI 2017



Argentina

Brasil

Colombia

Perú

México

Objetivos del Estudio

Identificar y analizar la adopción de tecnologías actuales y algunas nuevas para realizar un análisis predictivo de la implementación de la **tecnología 5G** en los próximos años.

En el estudio se identificó los niveles de **adopción y/o conocimiento** de las siguientes tecnologías:

Personas

- Realidad Aumentada/Virtual (RA/RV)
- Wearables
- Autos conectados
- Autos autónomos
- Casas inteligentes
- Smartphones
- 5G

Empresas:

- Realidad Aumentada/Virtual (RA/RV)
- Transformación Digital
- Colaboración
- Banda ancha móvil
- Movilidad corporativa
- 5G

Agenda



Objetivos del QuSI



Grado de conocimiento sobre 5G



Principales resultados



**Consideraciones
finales**

Grado de conocimiento sobre 5G

Q25. ¿En qué nivel de conocimiento de la tecnología 5G se clasifica?

 PERSONAS



n: 771

Q19. ¿En qué nivel de conocimiento de la tecnología 5G su empresa se califica?

 EMPRESAS



n: 120



Agenda



Objetivos del QuSI



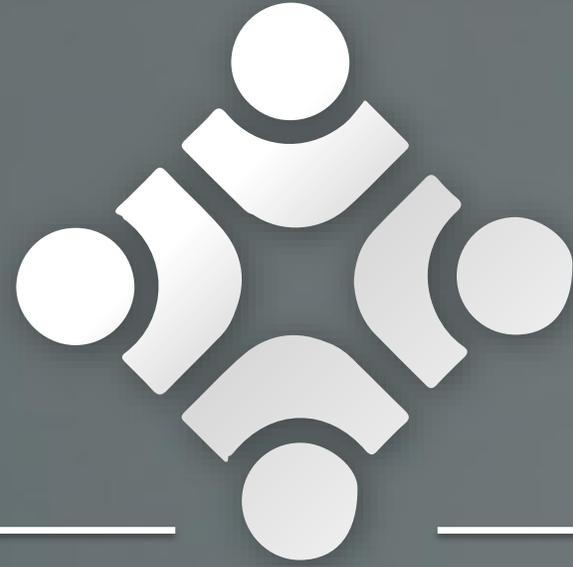
Grado de conocimiento sobre 5G



Principales resultados



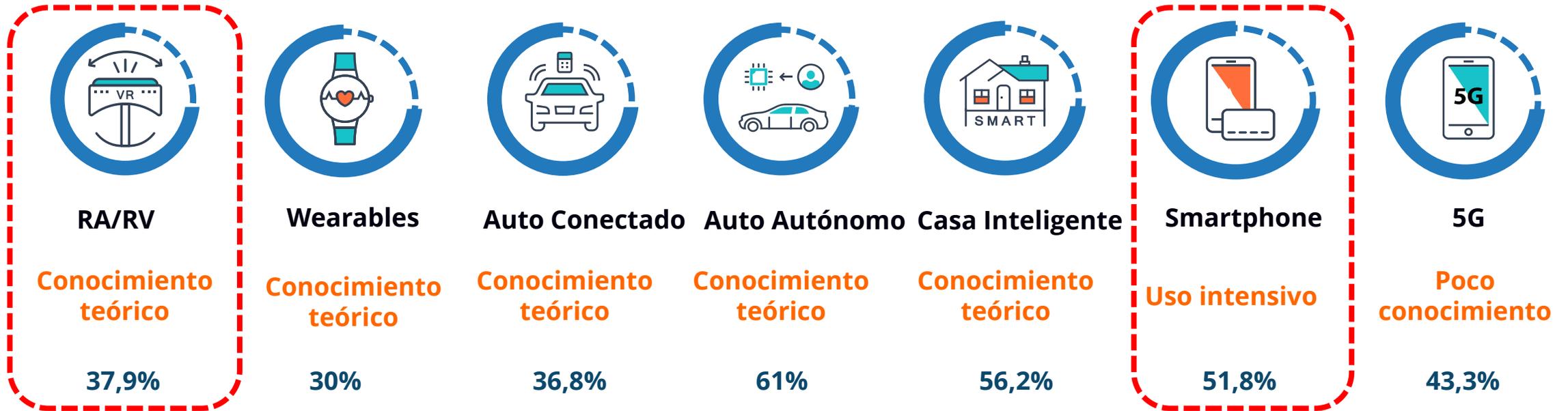
**Consideraciones
finales**



PERSONAS

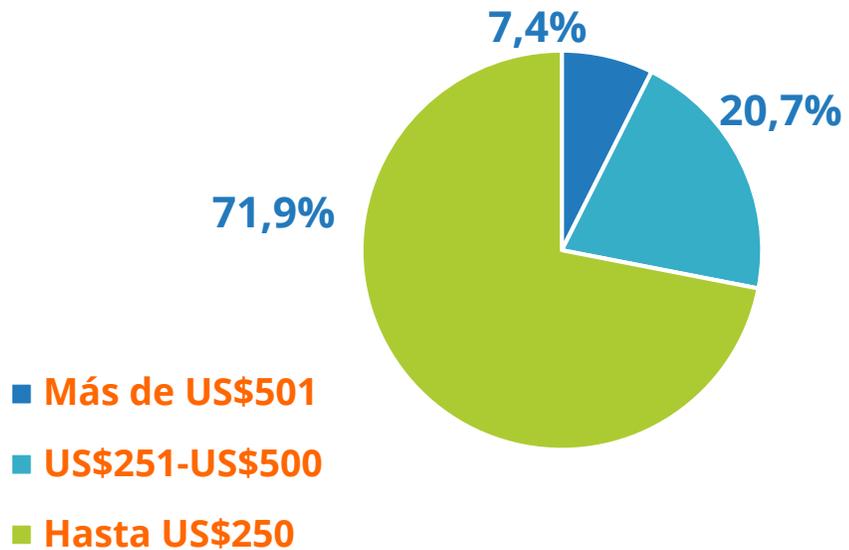
Resumen de resultados

Analizar el conocimiento y la adopción de nuevas tecnologías para qué tan preparadas están las personas para adoptar la **tecnología 5G**.



Realidad Aumentada/Realidad Virtual

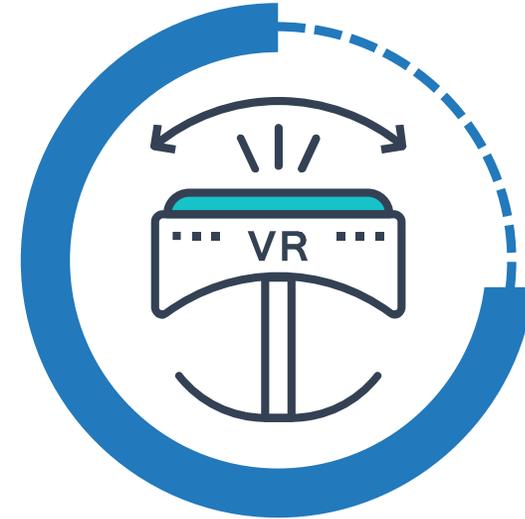
¿Cuánto pagarías por un dispositivo como éstos?



n: 595

¿Cuál es el principal uso de un dispositivo RA/RV doméstico?

- Juegos
- Ver películas/series
- Cultura y ocio (conocer museos, parques, puntos turísticos; viajar)



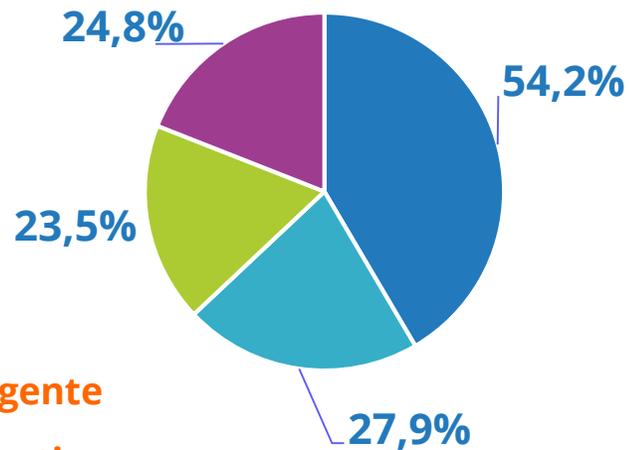
¿Cuáles son los principales atributos que los productos de RA/RV deben tener?

- Buena resolución
- Portabilidad (ser inalámbrico)
- Ligereza (bajo peso)



Wearable – dispositivos inteligentes vestibles

¿Qué tipo de wearable tienes intención de comprar?



- Reloj inteligente
- Banda deportiva
- Gafas inteligentes
- No sé/otros

n: 613

¿Cuáles son los beneficios que esperas de un wearable?

- Controlar mi salud
- Ser más activo/sano (pulsera deportiva)
- Estar actualizado con las nuevas tecnologías



¿Cuándo planeas comprar un wearable- dentro de los próximos 12 meses?

- Próximo año
- “Viernes negro”
- En los próximos 3 meses



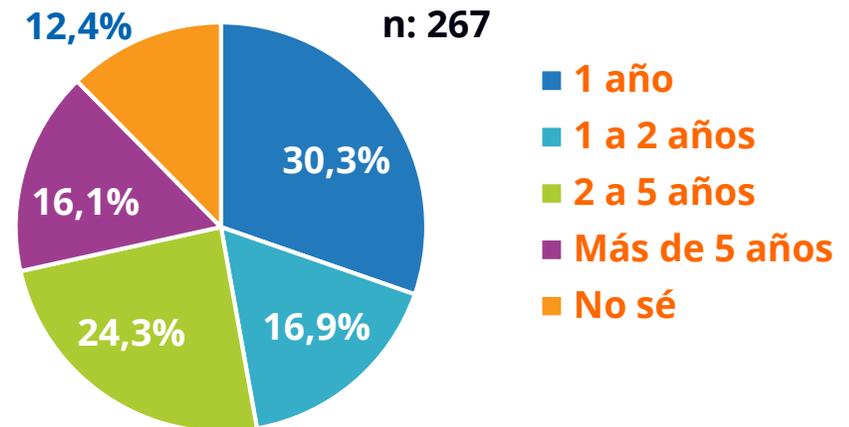


Autos Conectados

¿Cuál es el beneficio más esperado de un auto conectado?

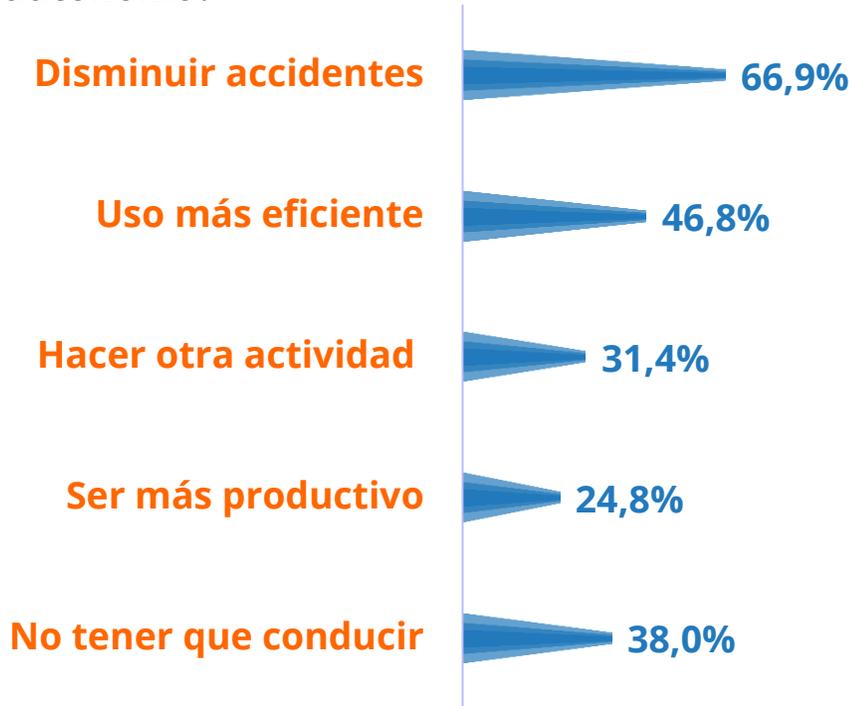


¿En cuánto tiempo crees que los autos conectados estarán disponibles en tu país?



Autos autónomos

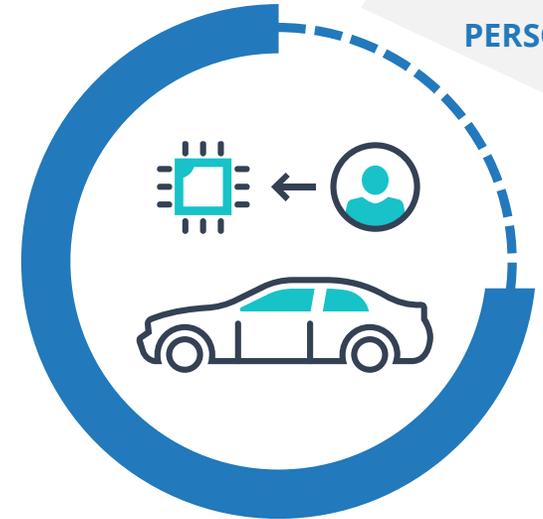
¿Cuál es el beneficio más esperado de un coche autónomo?



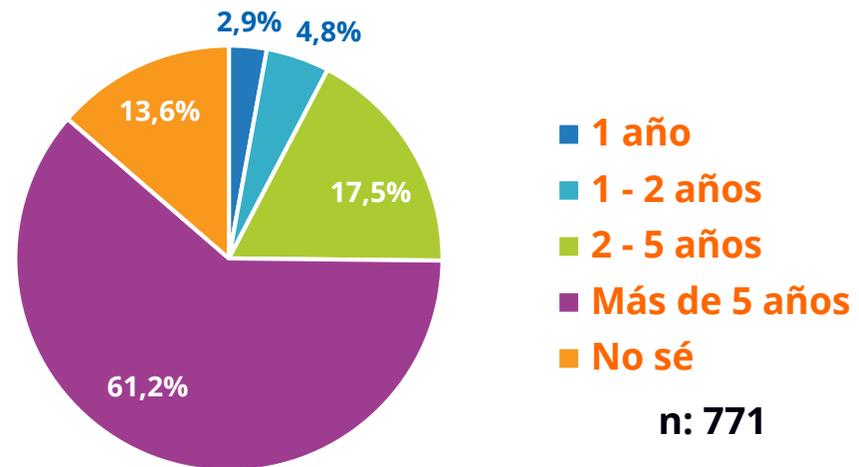
n: 771

¿Qué se necesita evolucionar para aumentar la disponibilidad de los autos autónomos?

- Legislación (reglamento)
- Seguridad
- Red de comunicación (4G, 5G, etc.)



¿En cuánto tiempo crees que los autos autónomos estarán disponibles en tu país?

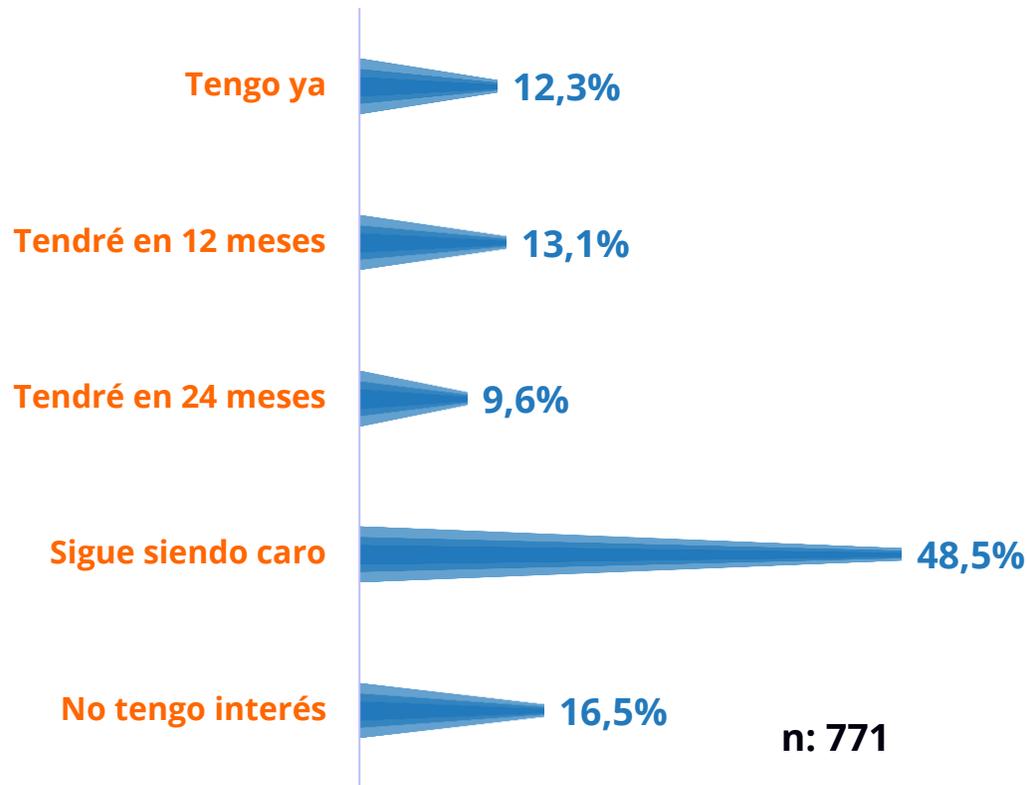


n: 771



Casas inteligentes

¿Tienes (o planeas tener) algún dispositivo de casa inteligente?



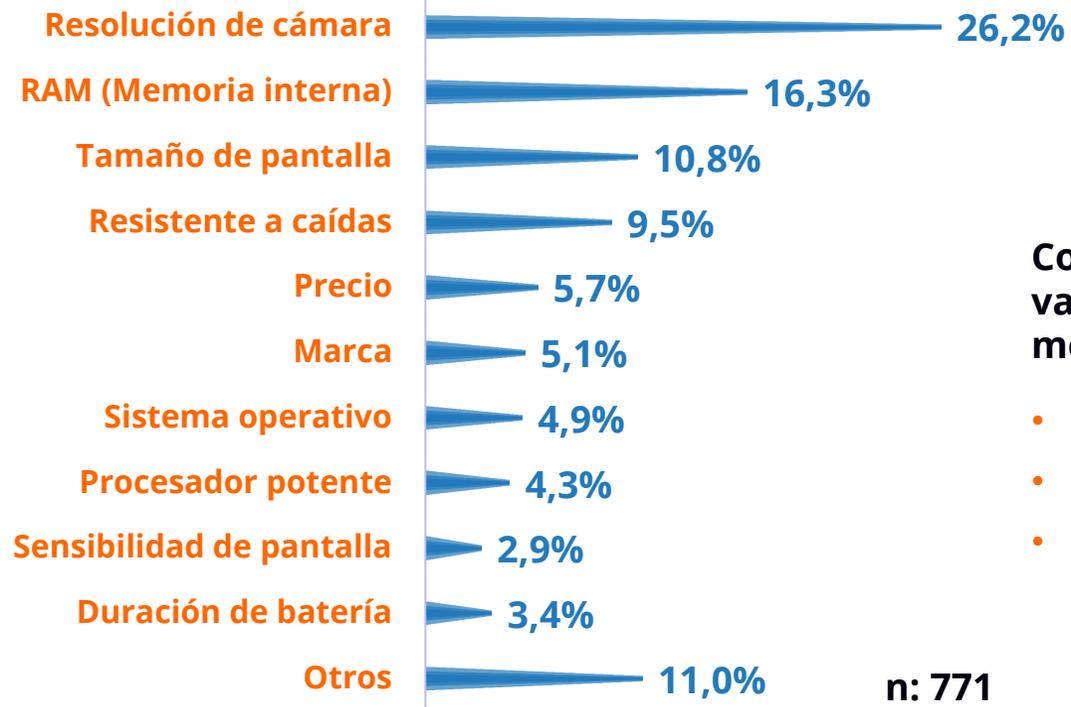
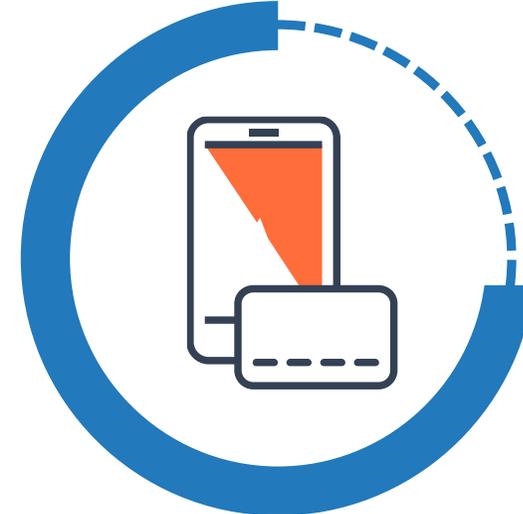
¿Cuál es el beneficio más evidente de una casa inteligente?

- Tener un sistema de seguridad (incluyendo las cámaras)
- Controlar la temperatura
- Controlar la iluminación



Smartphone

Indique los 5 principales atributos a considerar en el momento de comprar tu nuevo smartphone - el primero es el más importante:



n: 771

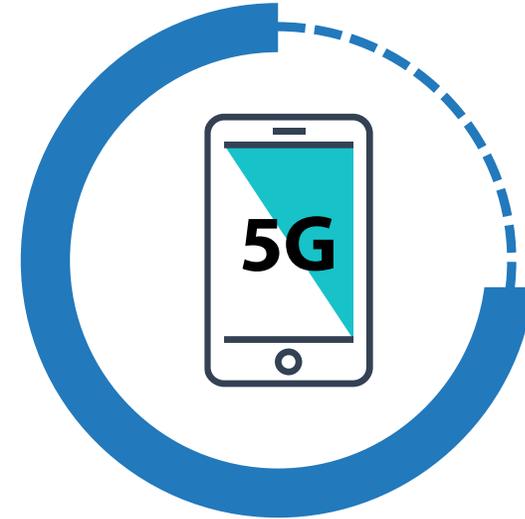
Considerando al Smartphone como el dispositivo que concentra varias actividades cotidianas ¿qué actividades han cambiado mediante el uso del teléfono inteligente?

- **Consulta en sitios de búsqueda**
- **Uso aplicaciones de tráfico y GPS**
- **Contacté amigos que no veía hace tiempo vía redes sociales.**



5G

¿Cuáles son los beneficios más esperados de la red móvil 5G?



n: 771





EMPRESAS

Resumen de resultados

Analizar el conocimiento y la adopción de nuevas tecnologías para entender qué tan preparadas están las empresas para adoptar la **tecnología 5G**.



RA/RV

Identificación no estructurada

71,6%



Transformación Digital

Identificó las necesidades

37,5%



Colaboración

Identificó las necesidades

40,8%



Banda Ancha Móvil

No se ha considerado

58,3%



Movilidad Corporativa

No se ha pensado en ello

36,7%



5G

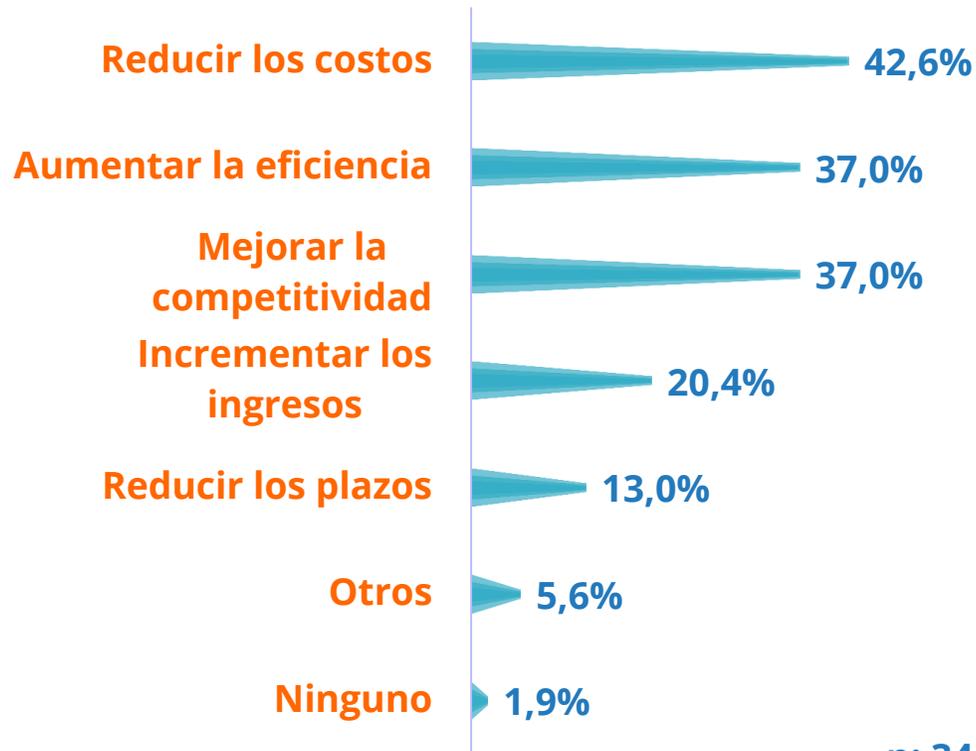
Ningún conocimiento

45,8%



Realidad Aumentada/Virtual

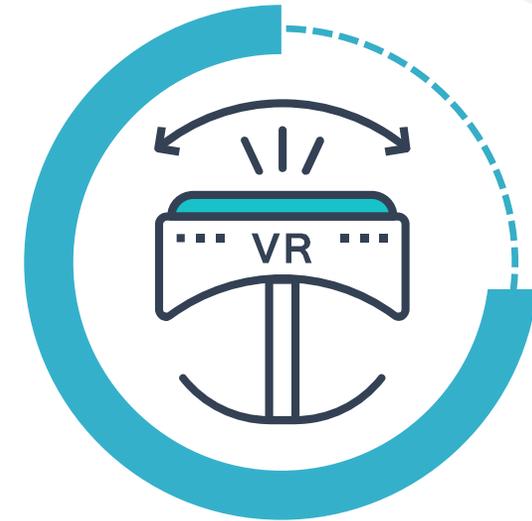
¿Cuál es el principal beneficio esperado en un proyecto de realidad aumentada o virtual?



n: 34

¿Qué área lidera el proyecto de realidad aumentada o virtual en su empresa?

- TI (CIO)
- Mercadotecnia
- Comercial/Ventas



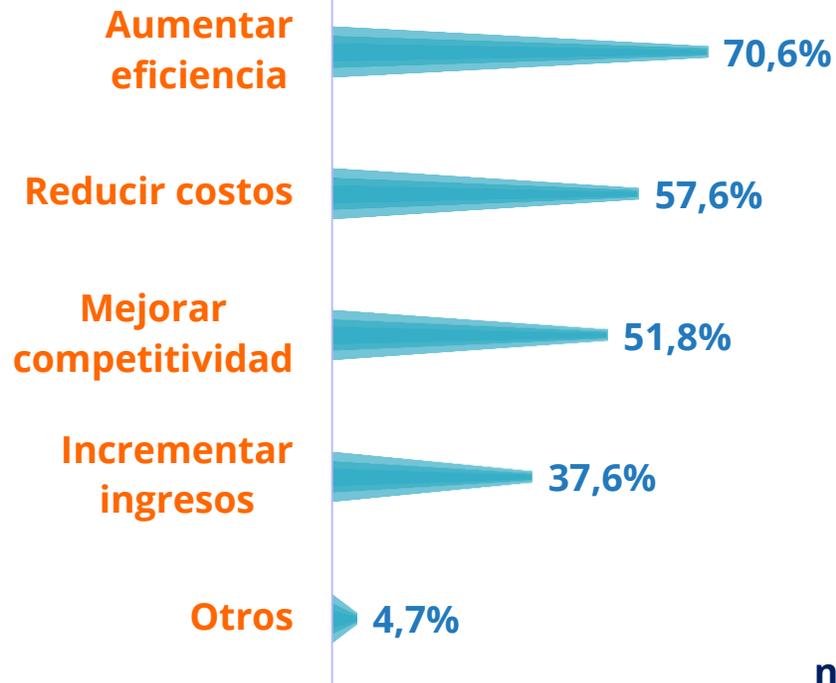
¿Qué aplicaciones de realidad aumentada o virtual planea su empresa implementar?

- Herramientas de ayuda en el trabajo (ej., realidad aumentada)
- Entrenamiento
- Simulaciones
- Desarrollo de producto



Transformación Digital

¿Cuál es el principal beneficio esperado en un proceso de transformación digital?



n: 85



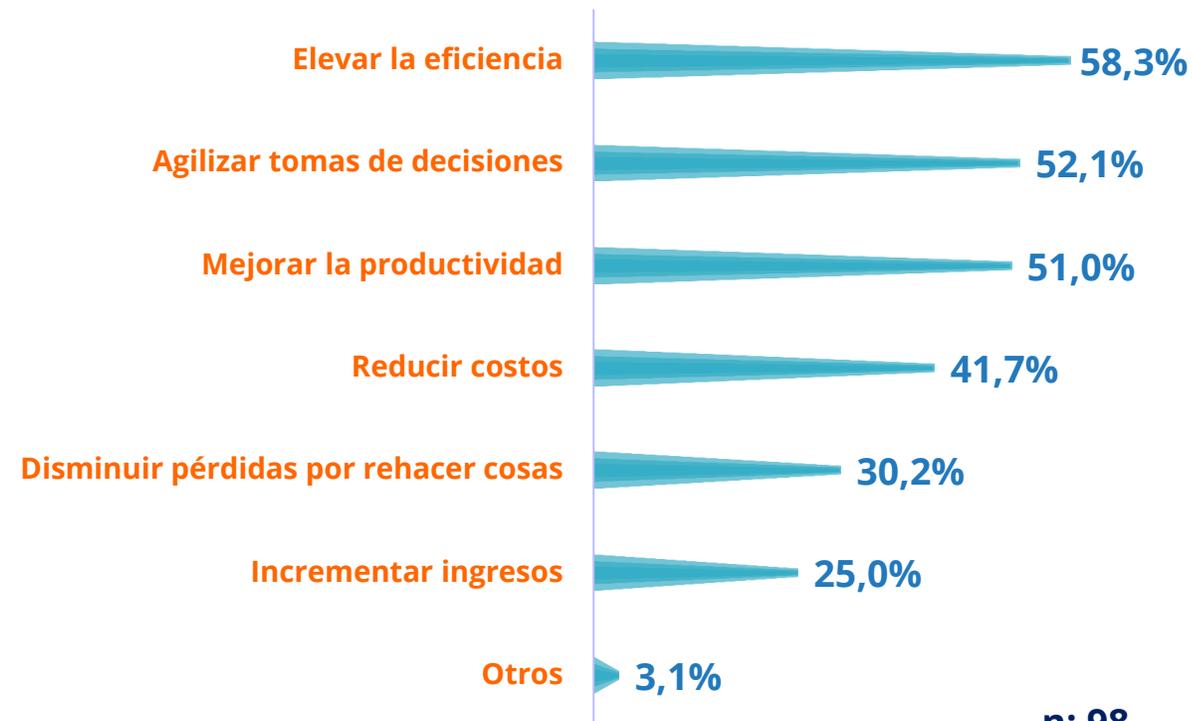
¿Qué área lidera el proyecto de transformación digital en su empresa?

- TI (CIO)
- Comité de varias áreas de negocio
- Comercial/Ventas



Colaboración

¿Cuál es el principal beneficio esperado de una solución de colaboración?



n: 98



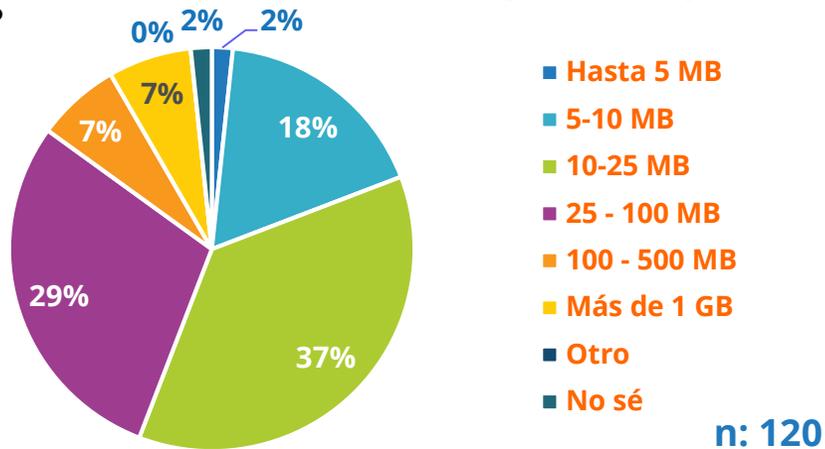
¿Qué tipo de colaboración es más importante en su empresa?

- **Compartir documentos**
- **Tener redes sociales corporativas**
- **Gestionar el conocimiento**



Banda Ancha Móvil

¿Cuál es el tamaño en banda ancha que su empresa necesita?

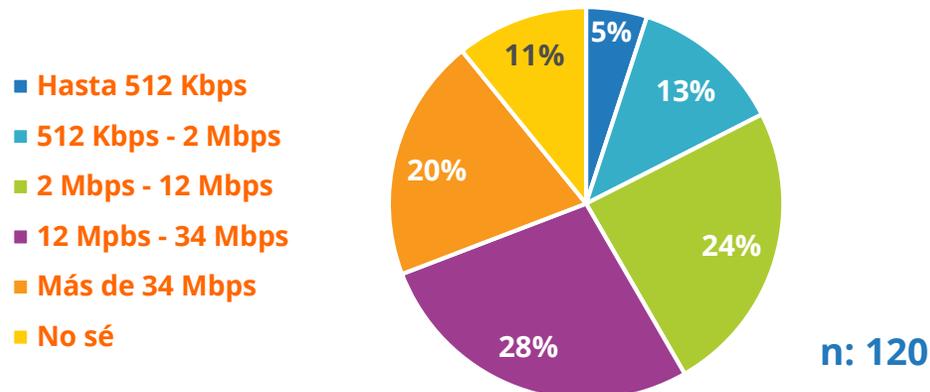


¿Su proveedor actual cubre las necesidades de banda ancha que su empresa necesita?

- Sí 85%
- No 15%



¿Qué velocidad de banda ancha necesita su empresa?



¿Su empresa cuenta actualmente con servicios de banda móvil corporativa? - no incluyendo plan de datos de los móviles corporativos

- Sí 80%
- No 20%

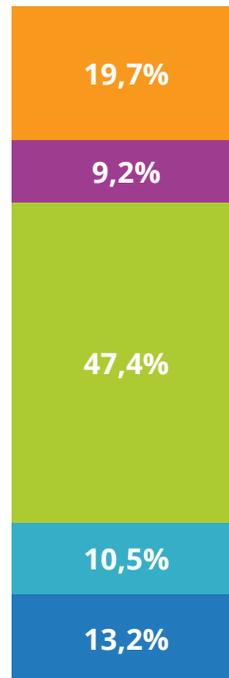
n: 120



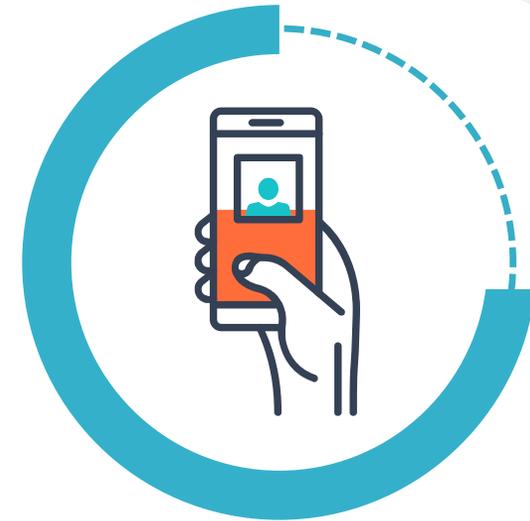
Movilidad corporativa

¿En qué nivel de movilidad su empresa se califica?

- 1o - empleados poseen dispositivos y usan para su trabajo (BYOD, Smartphone, Tablet, Notebook)
- 2o - empresa cubre los planes de voz de los empleados
- 3o - planes de voz y datos de los empleados son pagados por empresa
- 4o - empresa usa aplicaciones de mercado para gestión remota de dispositivos y contenido
- 5o - empresa usa aplicaciones diseñadas para acceso, control y consumo corporativo para empleado móvil



n: 76



¿Qué porcentaje de los empleados de su empresa utiliza smartphone, tablet o notebooks ?

n: 76

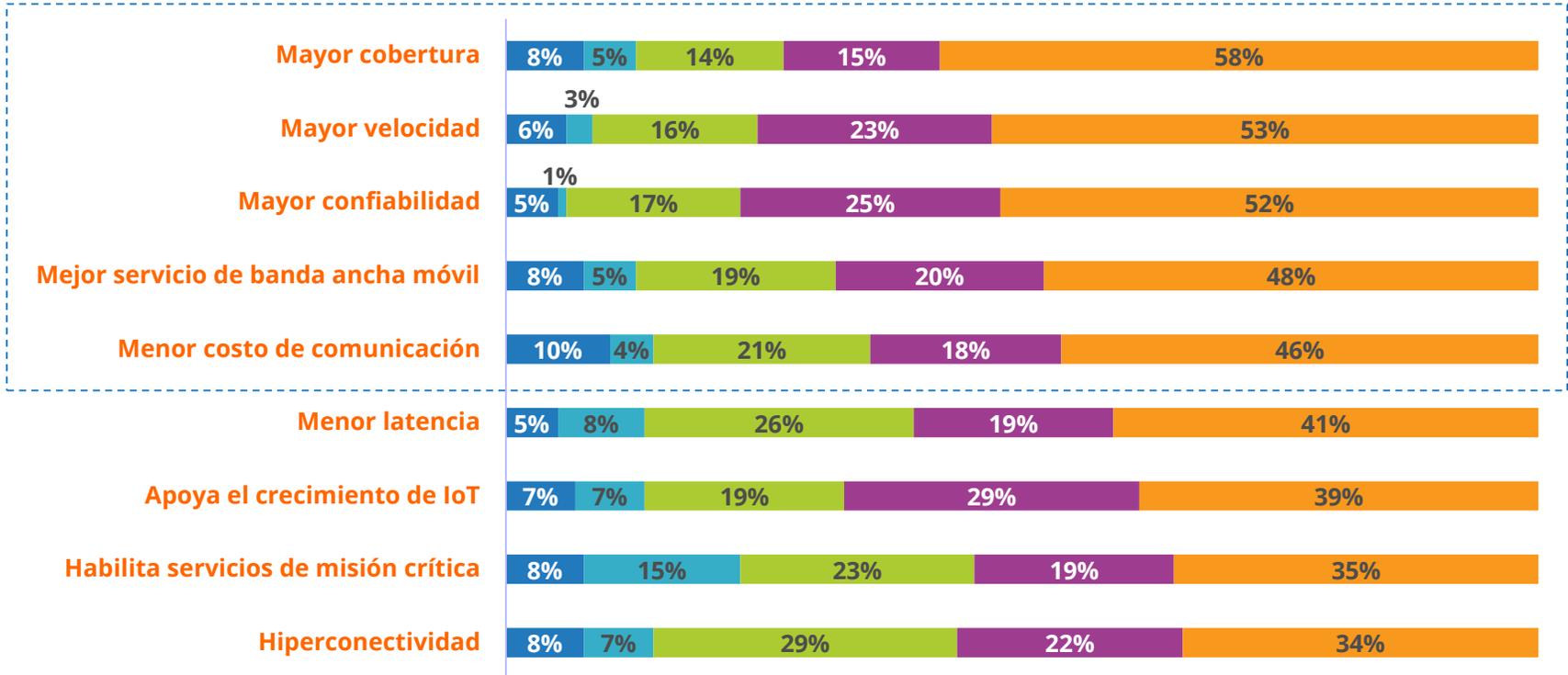
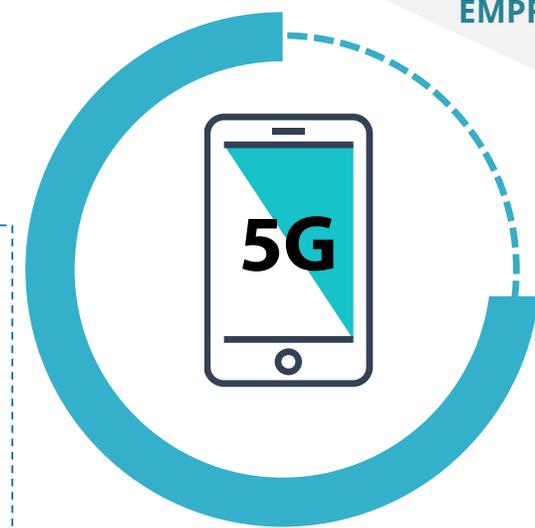
| | |
|--------------|-------|
| Menos de 5% | 9,2% |
| 5% - 10% | 28,9% |
| 10% - 25% | 17,1% |
| 25% - 50% | 13,2% |
| 50% - 75% | 11,8% |
| Más de 75% | 17,1% |
| Ninguno (0%) | 2,6% |



5G

¿Cuál es el nivel de importancia de los beneficios esperados en una red móvil 5G?

Escala: de 1 hasta 5, donde 1 es menos importante y 5 es más importante.



n: 120



Agenda



Objetivos del QuSI



Grado de conocimiento sobre 5G



Principales resultados



**Consideraciones
finales**

IoT: Ejemplo de una tecnología que ha evolucionado rápidamente

Estimaciones 2017 en millones de dólares

Transporte

Control de carga
Gestión de flotas
Otros
U\$ 189

Industrias diversas

Edificios inteligentes
Vehículos conectados
Otros
U\$ 116

Otras
industrias
U\$ 99

Manufactura

Operaciones de manufactura
Gestión de activos de producción
Otros
U\$ 98

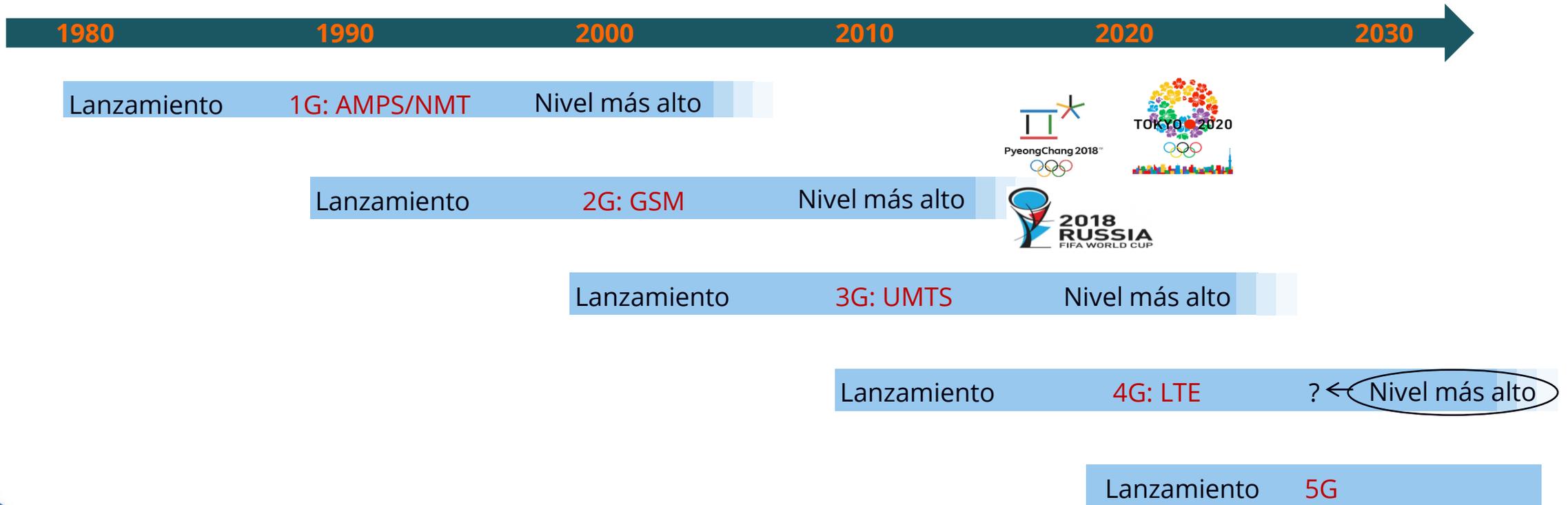
Utilities

Red inteligente (electricidad)
Red inteligente (agua)
Red inteligente (Gas)
U\$ 98



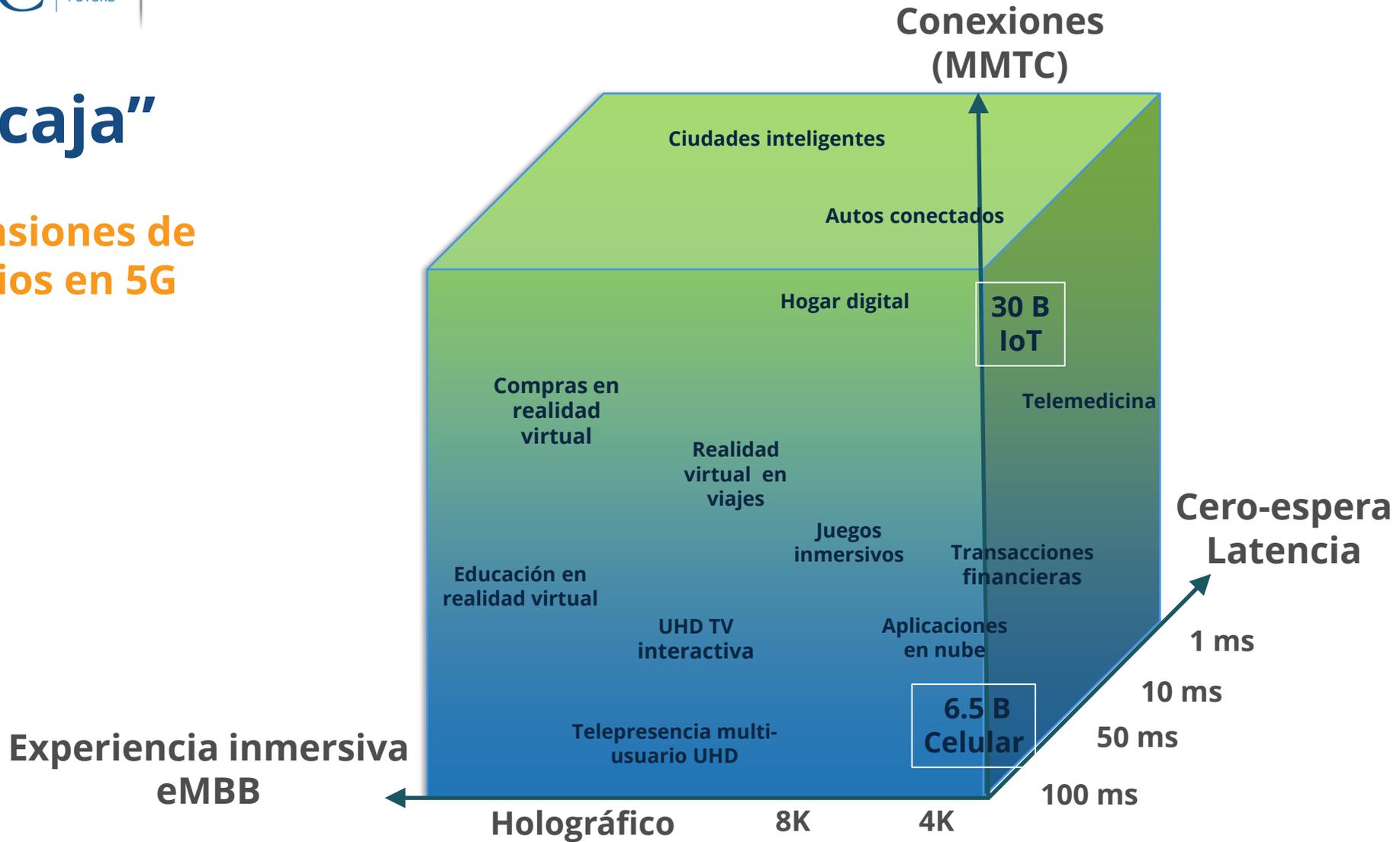
Línea de tiempo de la evolución de las tecnologías

Camino al 5G



“La caja”

Dimensiones de Servicios en 5G



Consideraciones finales



¿Contamos con las regulaciones adecuadas?

¿Cómo ser competitivos en esta nueva era?



¿Dónde debemos invertir?

¿Podemos ser líderes en el camino hacia 5G?



<http://www.idclatin.com/quisi2017/>

Preparado para:



Índice de Innovación de la Sociedad

QuISI 2017

Un análisis sobre la adopción y conocimiento de nuevas tecnologías que habilitan nuevos servicios y productos, los cuales serán transformados por la tecnología 5G.



ARGENTINA

BRASIL

COLOMBIA

MÉXICO

PERÚ



iGracias!

Reinaldo Sakis

Gerente de Investigación de Consumo
IDC Brasil

Diego Anesini

Director de Investigación
IDC Latinoamérica

Sebastián Novoa

Analista Senior Mercado de Consumo
IDC Argentina