

A vibrant watercolor splash in shades of red, orange, yellow, and green, centered on a black background. The splash radiates outwards, creating a starburst effect. The text is overlaid on this splash.

LA ECONOMÍA DE PLATAFORMA

DISRUMPIENDO EN EL
HOGAR CONECTADO

Economía de plataforma

Disruptiendo en el hogar conectado

El liderazgo de los proveedores de servicios se ve influido por la capacidad de integrar sus servicios con plataformas de terceros y garantizar la ultraconectividad de todo tipo de dispositivos.

La tecnología digital ha transformado la forma de crear, distribuir y consumir los productos y servicios. Hoy en día, los consumidores demandan un entorno que sea fácil de controlar y que esté totalmente interconectado entre sí. Quieren que sus electrodomésticos estén conectados con su coche, que su coche esté conectado con el teléfono móvil, que el móvil esté conectado con el termostato o con las luces del hogar. Y todo ello de una manera sencilla, y desde un mismo operador.

Nuestra encuesta refleja que alrededor del 80% de los consumidores prefiere un único proveedor para todas sus necesidades digitales. De aquellos que poseen o planean adquirir servicios relacionados con el hogar conectado, el 68% elegiría un operador de telecomunicaciones si este ofreciera esos servicios.

El mayor desafío al que se enfrentan las organizaciones es saber gestionar y responder de manera eficiente a los constantes cambios propios de la nueva era tecnológica. La clave consiste en impulsar al mercado la innovación de productos y servicios que demandan los clientes lo antes posible. Esto es más fácil decirlo que hacerlo. Las grandes organizaciones suelen saber cómo hacer frente a la transformación. No obstante, encuentran muchas dificultades para desarrollar dicha transformación de una forma ágil. Por el contrario, las *startups* tienden a ser muy ágiles, pero rara vez crecen de manera exitosa. En definitiva, el éxito radica en entender que la innovación digital proporciona la clave para abordar eficazmente ambos desafíos.

Economía de plataforma

Disruptiendo en el hogar conectado

Cada vez más, las empresas integran sus funcionalidades básicas de negocio con plataformas de terceros. Los líderes con más visión aprovechan estas relaciones para construir nuevos ecosistemas digitales, muy importantes para hacer posible su crecimiento estratégico. Al hacer esto, están diseñando futuras cadenas de valor que transformarán sus negocios, sus productos y el propio mercado.

En un ecosistema como el del hogar inteligente, existirán nuevos dispositivos y servicios sin fallos ni interrupciones continuas, que evolucionen con las necesidades del consumidor y el rápido progreso tecnológico. A pesar de que los consumidores sienten curiosidad por el hogar conectado, destacan las dificultades para transformarlo y adoptarlo.

Mientras que las preocupaciones por la privacidad son importantes (72% en España), los consumidores perciben que los servicios asociados a un hogar inteligente son demasiado caros (84%) y cuesta encontrarles valor (67%).

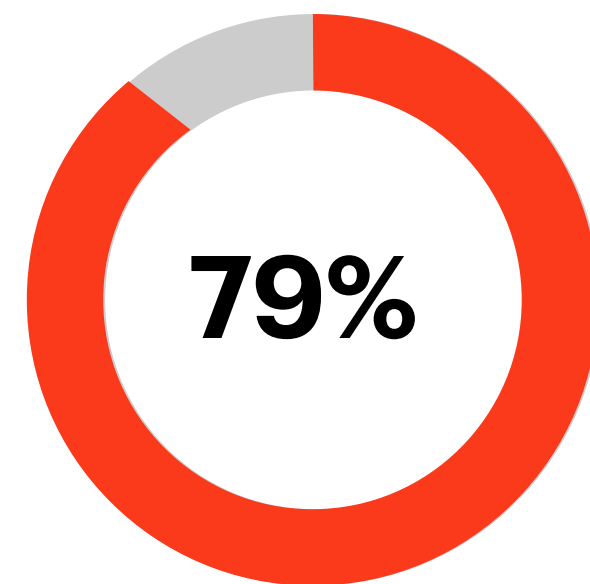
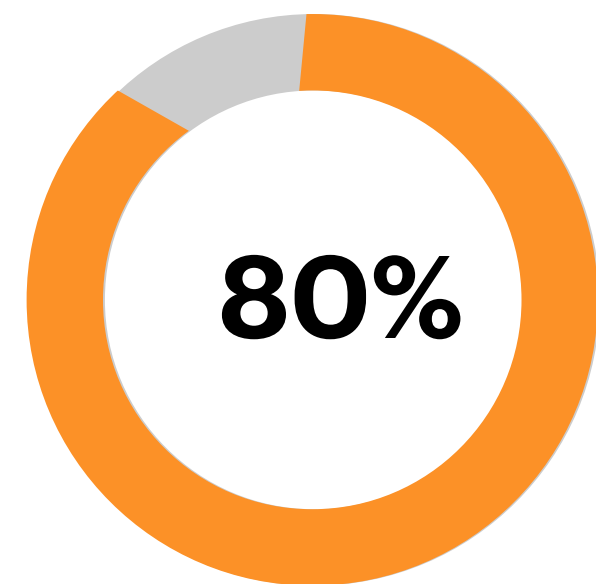
Por otro lado, aunque los nuevos dispositivos sean inteligentes, pueden presentar grandes dificultades a la hora de instalarlos y utilizarlos. Una vez que los consumidores dan con la elección del producto o servicio adecuado, la mayoría experimenta muchos problemas al utilizarlos. Más de la mitad de los consumidores que dispone de dispositivos inteligentes, declara tener dificultades para usarlos (55%).

La complejidad de estos aparatos, los fallos de conexión a internet o los problemas en el proceso de instalación, son solo algunas de las dificultades a las que se enfrentan los consumidores.

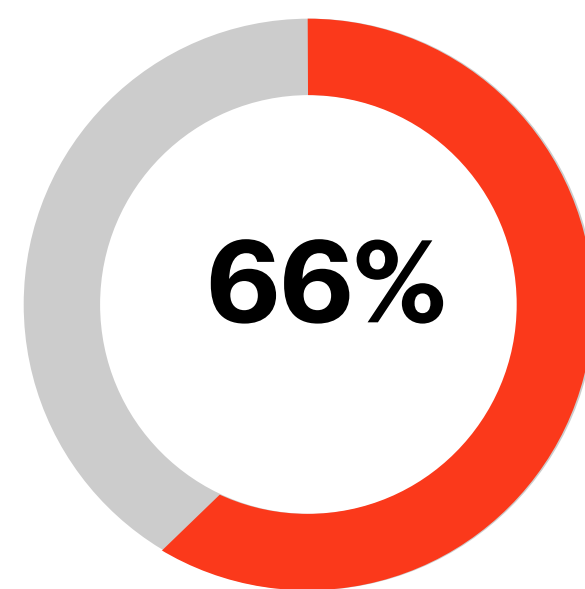
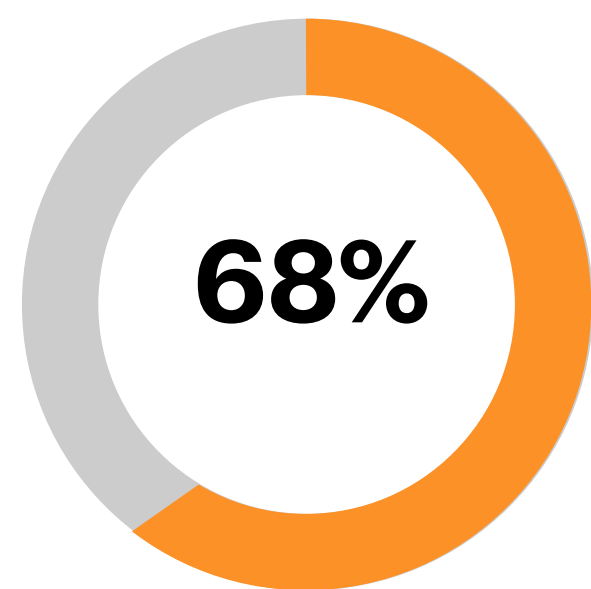
La economía de plataforma

📍 España

📍 Europa



Quieren un único proveedor para todas sus necesidades digitales.



Elegirían un proveedor de telecomunicaciones para su hogar inteligente.

¿Dónde deben las empresas focalizar sus ecosistemas?

La intención de compra de los propietarios de dispositivos inteligentes en los próximos 12 meses nos da alguna pista.

📍 España

📍 Europa

Enchufes inalámbricos e inteligentes



Cámaras de vigilancia conectadas



Termostatos inteligentes



Barreras de adopción de servicios y dispositivos para la casa conectada

📍 España

📍 Europa

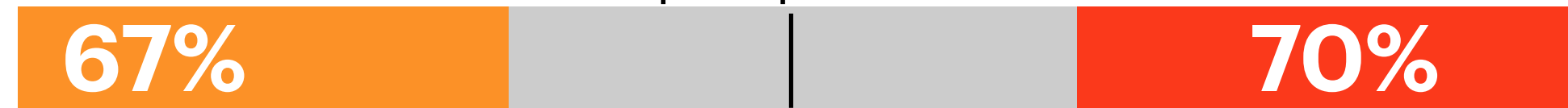
El precio es muy elevado



Me preocupa la seguridad y privacidad



No creo que aporten valor

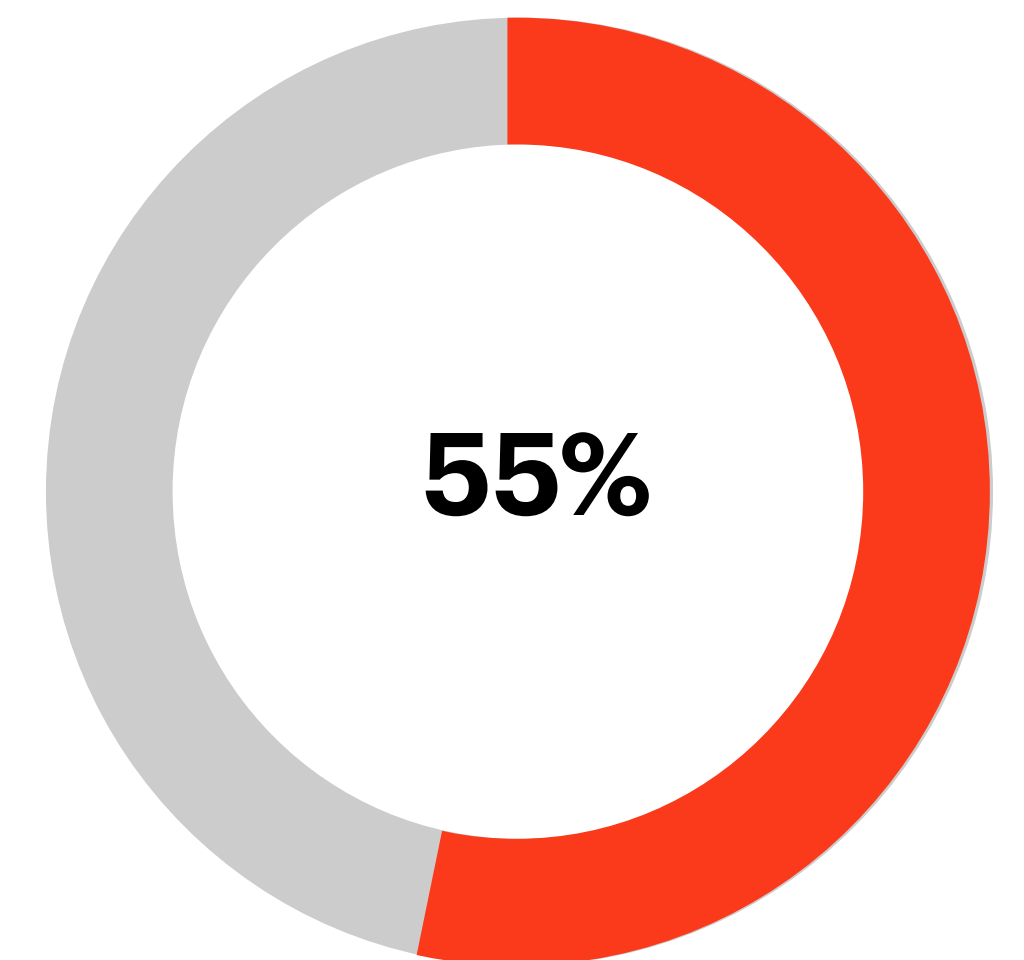
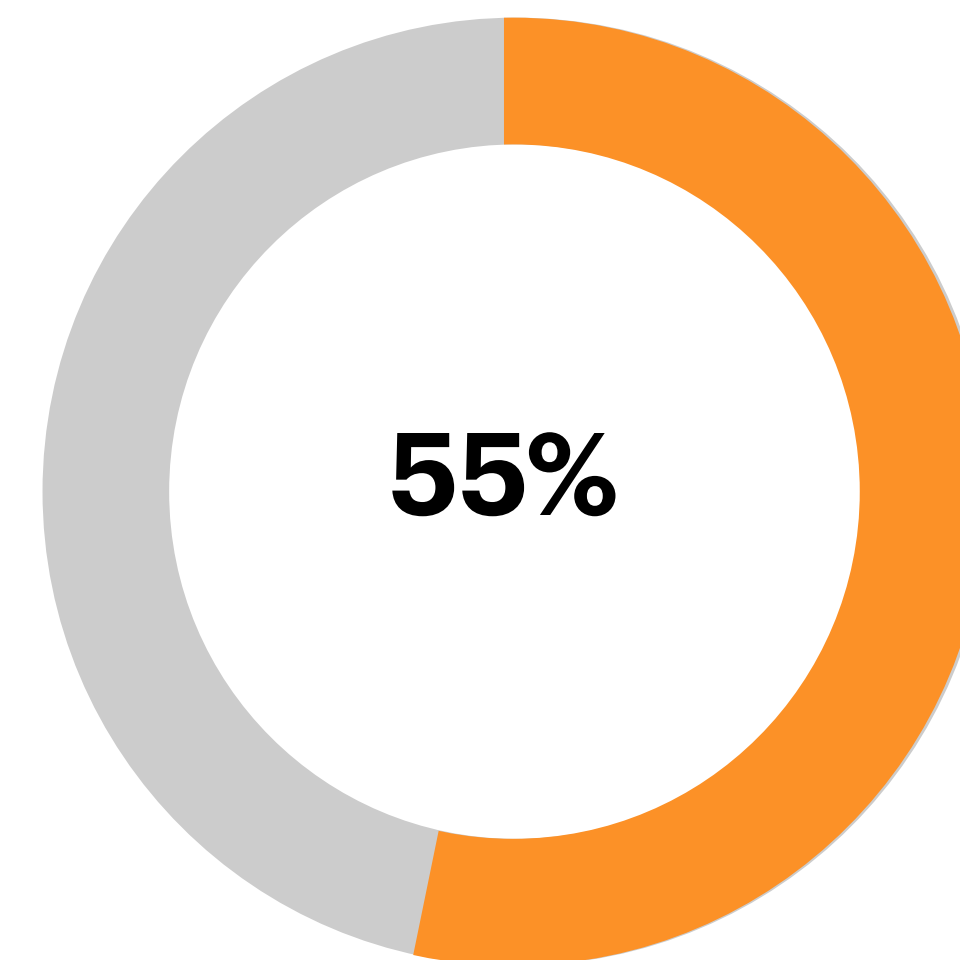


Dificultad de uso

Tiene problemas al usar sus dispositivos conectados.

📍 España

📍 Europa





¿Quiero ser la plataforma del hogar conectado?

La fragmentación, competición de actores de diferentes industrias y fabricantes, está convirtiendo el hogar en un mercado en el que el primero que entre va a marcar el paso al resto. Para ser la plataforma de elección del hogar, es necesaria simplicidad, confianza y valor.

Las empresas tecnológicas deben definir su estrategia de plataforma entre propia o de terceros y abierta o cerrada. Y crear una propuesta de valor atractiva para: consumidores, colaboradores y desarrolladores con modelos de acceso a clientes, vías de monetización, integración ágil y sencilla de servicios de terceros y soporte.

Las compañías tienen que definir a través de qué ruta de legitimación van a entrar en el hogar. Es decir, qué criterios usará el consumidor para seleccionar plataformas similares ofrecidas desde diferentes sectores. La principal propuesta de una tecla siempre será la conectividad y el entretenimiento, si es una *utility* el confort y la gestión de la energía, una aseguradora ofrecerá seguridad y en el caso de las compañías relacionadas con la salud ofrecerán una vida independiente o experiencias inteligentes conectadas en el caso de los gigantes digitales.



¿Quiero ser la plataforma del hogar conectado?

En el caso de acometer iniciativas por cuenta propia, la oportunidad para las organizaciones viene del rediseño de dispositivos y servicios. Deben crear experiencias que se adapten a los hábitos y nivel técnico de los usuarios: instalación, ampliación de servicios y dispositivos o la sustitución. Para esto hace falta una cultura obsesionada por la experiencia de uso, algo que compañías digitales avanzadas definen como clave de su éxito futuro.

Existen compañías que están creando *packs* de dispositivos y servicios a través de acuerdos con terceros y *startups* convirtiéndose en curadores y facilitadores de la vida conectada y en organizadores de ecosistemas. En este caso la creación de capacidades de *scouting* de colaboradores y creación de acuerdos con otras compañías y desarrolladores será fundamental para ser la plataforma de elección por consumidores y colaboradores.

Oportunidades



Soluciones Integradas para el Hogar

El estudio confirma que las actuales soluciones dentro del hogar digital son percibidas de bajo valor por el consumidor. La fragmentación actual del ecosistema en el hogar conectado ha forzado la microespecialización del servicio, reduciendo la percepción del valor por parte del consumidor.

Se deduce que el hogar conectado será liderado por empresas que integran servicios, garanticen la seguridad de los datos y proporcionen valor añadido a sus clientes.

Las empresas de telecomunicaciones, al ser los proveedores de conectividad y entretenimiento (con la TV de pago), son percibidas por el consumidor como el integrador natural de servicios del hogar conectado. Las empresas de telecomunicaciones están claramente posicionadas para integrar los diferentes servicios bajo una misma marca de confianza para el consumidor y para el desarrollo de una plataforma y/o *marketplace* para diferentes proveedores.



Ecosistemas de Servicios de Terceros

Cualquier opción para ganar la relevancia en el hogar requiere incrementar la apertura y accesibilidad de la compañías, así como la generación de modelos de negocio con terceros, que fomenten la innovación y el desarrollo de nuevos servicios y experiencias. Algo que hasta la fecha sigue siendo una asignatura pendiente para las compañías de telecomunicaciones.

A nivel tecnológico, desarrollar un modelo amplificado para compartir datos y acceso a servicios *core*, se ha demostrado que es clave para el desarrollo exponencial de servicios.

A nivel comercial, establecer un modelo *win-win* de colaboración, provisión de servicios y gestión de socios es crítico para el éxito en una economía de plataformas. Las empresas de telecomunicaciones deben combinar su modelo comercial orientado a venta de servicios en entornos muy competitivos, a fomentar la apertura, relación con otras compañías y capacidad para repartir ingresos.

La propia identificación, atracción y selección de socios requiere de inversión en la generación de nuevas habilidades y definición de nuevos modelos de relación.