

Nº233**Enero 2012****FICHA TÉCNICA****Título: Connected devices and services: Reinventing content****Año: 2011**

Fuente: Bain & Company

Nº de páginas: 19

Acceso/coste: Libre/ descargable de internet

Localización: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/Bain_Avignon_2011_US.pdf**CONCLUSION PRINCIPAL**

El estudio afirma que en el año 2014 la tecnología estará totalmente integrada en la vida humana, alcanzando así su plena maduración. El 70% de los encuestados afirma que está interesado en todo tipo de tecnología. Los usuarios con más predisposición al incremento del uso tecnológico, son aquellos comprendidos entre la edad de 18 a 35, mientras que los menos predispuestos son aquellos que superan la edad de 55.

Promotores-patrocinadores:**Entidades Colaboradoras:**

ANFAC, Asociación de Marketing de España (MKT), Asociación Española de Supermercados (ACES), Ayuntamiento de Madrid – Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, BBVA, British American Tobacco (BAT), CESCE, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, El Corte Inglés, Federación de Cajas Vasco Navarras, Federación de Empresarios de La Rioja (FER), Fomento de San Sebastián, Fundación Universidad Empresa, Generalitat Valenciana, Genoma España, Gobierno Vasco, Grupo Santander, Iberdrola, Instituto de Crédito Oficial (ICO), Instituto de Estadística de Castilla – La Mancha, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, MAPFRE, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens.

Autoría

Bain & Company es un empresa de carácter global, fue fundada en 1973, su sede se encuentra en Boston, Massachusetts. Actualmente se encuentra posicionada en 29 países con 46 oficinas.

Su principal función es la consultoría y gestión, asesora a clientes en diferentes áreas como estrategia, operaciones, tecnología, organización, capital riesgo, fusiones y adquisiciones.

Descripción y contenido

En agosto de 2011, Bain & Company llevo a cabo la realización de una encuesta a aproximadamente 3.000 consumidores ubicados en Reino Unido, Francia, EE.UU, China e India.

Con esta encuesta se pretende evaluar como es el impacto de los dispositivos electrónicos en el consumo habitual de las personas, incluyendo el contenido de vídeo, juegos, entretenimiento en vivo y artes visuales.

Para la realización de la encuesta se llevaron a cabo una serie de preguntas, entre ellas se hacía referencia a si los consumidores consideraban que los dispositivos conectados representaban una mayor oportunidad para difundir mejor el contenido y cultura, así como para atraer a nuevos clientes.

Otra cuestión de vital importancia para la encuesta es comprender si las tecnologías, tales como las pantallas táctiles y controles de movimiento 3D pueden lograr crear una realidad, para que a la hora de llevar a cabo una experiencia esta sea vivida como si se realizara de forma natural.

Estructura del informe

- I. Summary**
- II. Introduction**
- III. Content in the connected age**
- IV. Reinventing the content experience**
- V. Adapting business models**
- Notes on Methodology**

Otras conclusiones

En la actualidad la tecnología tiene una notoria importancia en la vida cotidiana de las personas, ésta ha logrado obtener una gran relevancia en el entorno que les rodea, ya sea en hogares, empresas, restaurantes etc.

Tanto es así que la tecnología ha logrado una penetración en torno al 80% en países como Francia, EEUU y Reino Unido.

Todo ello se ha logrado a través de nuevos accesorios y conocimientos como son los accesos de internet mediante conexión fija y móvil, televisiones de alta definición, tablets, libros electrónicos y una gran gama de productos con componentes tecnológicos que logran mejorar **la calidad de vida** de las personas.

El estudio afirma que en el año 2014 estas tecnologías estarán totalmente integradas en la vida humana, alcanzando su plena maduración, lo cual permitirá tasas de penetración muy elevadas en países que actualmente no tienen la tecnología como una forma de vida es el caso del gigante China o India.

Esta gran integración se desarrollara gracias al constante incremento de la **demanda en temas tecnológicos**, el 70% de los encuestados afirma que está interesado en la creación de videos y juegos de azar a través de terminales digitales conectables así como en todo tipo de tecnología actual.

Un 60% afirma que aparte de lo mencionado con anterioridad son de su interés los espectáculos en vivo con gran aportación visual y tecnológica.

Aún así un dato relevante obtenido es que las personas que no usan la tecnología habitualmente no van a comenzar a utilizarla por la mejora de la misma en los diferentes dispositivos, por tanto la demanda se ve incrementada solo por la parte de aquellos usuarios que la utilizan de forma constante.

Los datos de la encuesta también revelan que **lo usuarios con mas predisposición al incremento del uso tecnológico**, son aquellos comprendidos entre la edad de 18 a 35, mientras que los menos habituales son los mayores de 55.

Con todo esto las empresas están emprendiendo un **modelo de negocio** basado en la diversificación y la notoriedad, ya que teniendo en cuenta los resultados del estudio y el entorno macroeconómico actual, parece poco probable que las empresas dedicadas a este ámbito aumenten significativamente el tamaño de los mercados, tanto en términos de consumidores potenciales como en el incremento de empresas oferentes en el mismo.