

Mientras que los productos conectados se adoptan cada vez más, el 65% de los consumidores preferiría una interfaz que permitiera la interoperabilidad entre dispositivos

París, 9 de enero de 2023 – Los dispositivos conectados¹ se han convertido en una parte integral de la vida de los consumidores, según el último informe del Instituto de Investigación [Capgemini "Productos conectados: mejorando la vida de los consumidores con tecnología"](#). La investigación encontró que más de un tercio de los consumidores planea comprar más dispositivos conectados durante el próximo año, siendo los dispositivos de salud y seguridad del hogar los que generarán la mayor cantidad de ventas. Si bien los consumidores tienen un apetito insaciable por los productos conectados, esperan que los proveedores asuman una mayor responsabilidad en cuestiones de sostenibilidad como los desechos electrónicos² y que garanticen una mayor protección de los datos.

La encuesta arrojó que el 67% de los consumidores considera que los productos conectados son una necesidad y el 41% dijo que les ayudan a ahorrar tiempo y les hacen sufrir menos.

Las tendencias y preferencias de los consumidores son:

- **Dispositivos de entretenimiento y vehículos conectados:** cuatro de cada cinco consumidores poseen un sistema de entretenimiento conectado, incluidos televisores inteligentes y sistemas de videojuegos, por lo que los dispositivos de entretenimiento conectados son los productos conectados más populares a nivel mundial. Los vehículos conectados³ también continúan ganando popularidad: el 60% de los consumidores ya posee uno. Sin embargo, las tasas de propiedad varían ampliamente entre países, con la tasa más alta en los EE. UU. (77%) y la tasa más baja en Canadá (38%).
- **La seguridad inteligente en el hogar y el cuidado de la salud inteligente** son las principales categorías de productos para las compras previstas durante los próximos 12 meses, lo que sugiere un énfasis cada vez mayor en la seguridad personal, el bienestar y una mayor integración de la tecnología en la vida diaria.

¹ Definición de "producto conectado" en este informe: cualquier producto que el consumidor utiliza mientras está conectado a Internet y viene con una aplicación. Los productos conectados incluyen relojes inteligentes y dispositivos portátiles; automatización del hogar que incluye luces, seguridad, timbres y termostatos; productos de salud que rastrean y controlan la frecuencia cardíaca, el peso, la presión arterial o el nivel de la glucosa; y sistemas de fitness espejo o sistemas de spinning Peloton. Los modelos de teléfonos inteligentes y tabletas quedan excluidos del alcance de esta investigación. Sin embargo, algunos de los productos conectados incluidos en la investigación utilizan una conexión con los teléfonos inteligentes para algunas funciones (por ejemplo, un reloj inteligente se conecta con un teléfono inteligente para recibir llamadas y notificaciones).

² Los desechos electrónicos describen dispositivos eléctricos o electrónicos desechados. También se le conoce comúnmente como residuo de aparatos eléctricos y electrónicos o electrónica al final de su vida útil. Los productos electrónicos usados que están destinados a reacondicionamiento, reutilización, reventa, reciclaje mediante recuperación de materiales o eliminación también se consideran desechos electrónicos.

³ Un vehículo conectado se refiere a un vehículo que está equipado con tecnologías de comunicación como Internet que le permiten conectarse con redes, dispositivos o servicios externos.



- **Asistentes de voz:** cada vez hay más adopción de asistentes de voz, ya que el 85% de los consumidores a nivel mundial utiliza algún tipo de asistente de voz en casa, en su teléfono móvil o en su automóvil. El uso principal es para explorar o investigar productos y servicios.
- **Wearables o dispositivos portátiles:** una gran mayoría de consumidores buscan reducir su tiempo frente a la pantalla y, para ello, están dispuestos a probar dispositivos portátiles como relojes, wearables de salud o gafas inteligentes, como una alternativa a los teléfonos móviles. Los wearables para el cuidado de la salud son una de las categorías de productos líderes en compras previstas durante los próximos 12 meses, y el 29% de los consumidores planean comprar uno durante el año.

Preocupaciones en torno a la interoperabilidad, la privacidad de datos y la sostenibilidad

Según la encuesta, abordar la interoperabilidad y la facilidad de uso debería ser una prioridad para las empresas de productos conectados. Navegar entre ecosistemas de dispositivos puede ser un desafío: casi dos de cada tres consumidores (65%) dicen que sería más conveniente si hubiera una interfaz única para todos los productos conectados.

También está aumentando la concientización de los consumidores sobre los residuos electrónicos y la huella de carbono (con 68% de los encuestados): los cuales quieren que las organizaciones que desarrollan los productos garanticen que son sostenibles y que brinden información sobre la huella de carbono de los dispositivos. Los consumidores muestran preocupación por la falta de vías de reciclaje y formas de eliminar responsablemente los desechos electrónicos, con 50% de los consumidores que tienen productos tecnológicos obsoletos en casa y que se sienten incapaces de eliminar de manera segura.

Otra preocupación expresada por los consumidores es la seguridad de los datos: solo el 36% expresa satisfacción con la privacidad que ofrecen los productos conectados. Curiosamente, si bien los niveles de confianza en los datos producidos por los dispositivos portátiles de cuidado de la salud son altos, el 56% de los encuestados se siente vulnerable a que las empresas tengan acceso a sus datos de salud a través de productos conectados.

Nicolas Rousseau, Líder Global de la Oferta de Productos y Servicios Inteligentes de Capgemini, dijo: *"Los consumidores están utilizando los dispositivos conectados como un medio para hacer su vida más fácil, pero estos pueden ser mucho más que eso. Los dispositivos conectados tienen el potencial de permitir productos y servicios hiperpersonalizados. Tecnologías como la IA generativa pueden ayudar a alcanzar nuevos niveles de experiencia conectada y satisfacción del consumidor. Sin embargo, las cuestiones relacionadas con la privacidad y la seguridad de los datos aún necesitan más atención para garantizar la confianza de los consumidores, junto con un compromiso con una verdadera interoperabilidad y una conectividad sin problemas. Sin estos componentes, los usuarios se sentirán frustrados y el impulso del mercado se desacelerará. A medida que aumenta la conciencia sobre los desechos electrónicos y la huella de carbono, las expectativas de los consumidores sobre la sostenibilidad de los productos también deben ser parte de la ecuación"*.

Accede al informe completo [en este enlace](#).

Metodología

Para este informe, el Instituto de Investigación Capgemini encuestó a 10,000 consumidores mayores de 18 años en 13 países de Asia Pacífico, Europa, Reino Unido y América del Norte. La encuesta se realizó en noviembre de 2023. Además de esta encuesta, se realizaron entrevistas en profundidad con ejecutivos de la industria que trabajan en el espacio de la tecnología conectada.



Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para crear un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con 350,000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida herencia de 55 años y profunda experiencia en la industria, Capgemini cuenta con la confianza de sus clientes para abordar toda la gama de sus necesidades empresariales, desde la estrategia y el diseño hasta las operaciones, todo ello impulsado por el mundo innovador y en rápida evolución de la nube, los datos, inteligencia artificial, conectividad, software, plataformas e ingeniería digital. En 2022, el Grupo reportó ingresos globales de 22,000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/mx-es

Acerca del Instituto de Investigación de Capgemini

El Instituto de Investigación Capgemini es el grupo de expertos interno de Capgemini sobre todo lo digital. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo se basa en la red mundial de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con académicos y socios tecnológicos. El Instituto cuenta con centros de investigación especializados en India, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos. Recientemente ocupó el puesto número 1 en el mundo por la calidad de su investigación por parte de analistas independientes.

Visítanos en <https://www.capgemini.com/mx-es/insights/instituto-de-investigacion-capgemini/>