
Las nuevas tecnologías pueden iluminar el camino, pero ¿sabes cómo explotarlas?
The better the question. The better the answer.
The better the world works.
iTahora
La Revista del Líder de Tecnología
EY
Building a better working world

Tendencias Tecnológicas

de mayor impacto en el Ecuador
para el año 2020

Publicación de Estudio – Sector Productos de Consumo y Retail

Prioridades de TI para el Nuevo Normal

7 de Mayo de 2020



Andres Moreno
Socio Consultoría
Andres.Moreno@ec.ey.com



Martin Gonzales
Senior Manager Consultoría
Martin.Gonzales@ec.ey.com



Sector Productos de Consumo y Retail

Tendencias Tecnológicas

de mayor impacto en el Ecuador para el año 2020

Agenda

Sección 1

Resultados del Estudio

Sección 2

Acciones a considerar en este momento desafiante

Powered by

iTahora

La Revista del Líder de Tecnología

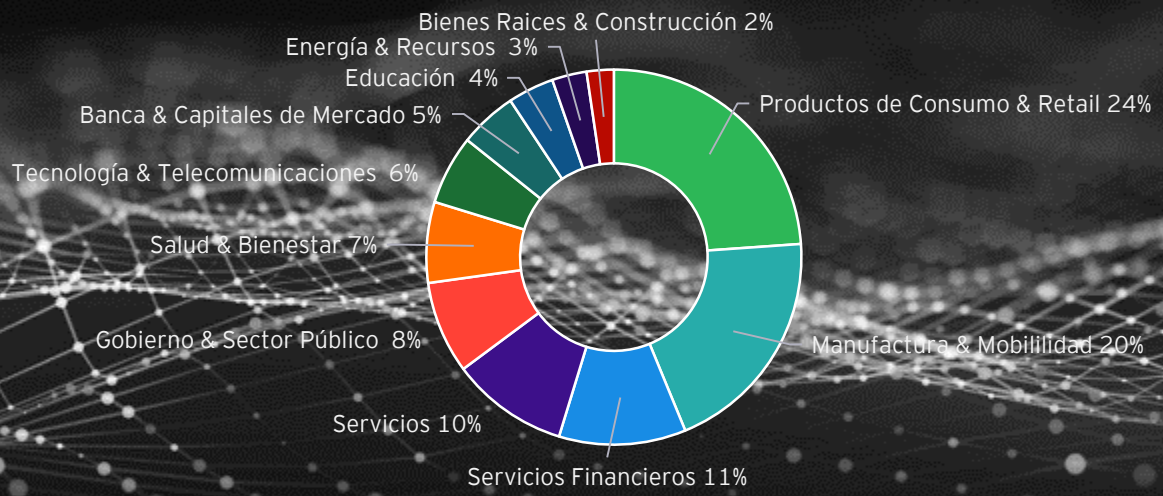
EY

Building a better working world

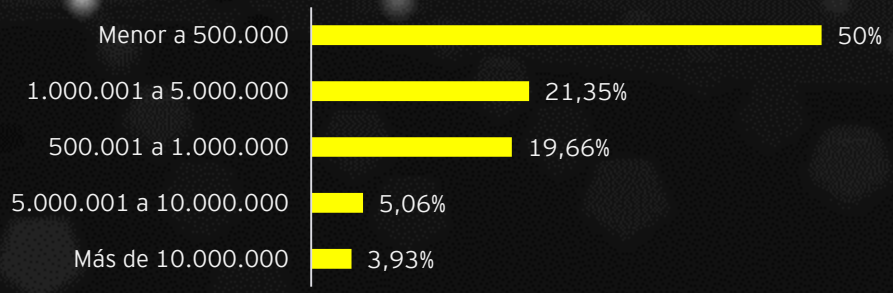
Estudio: Tendencias Tecnológicas de mayor impacto en el Ecuador para el año 2020

Primera encuesta realizada en el Ecuador, mediante un esfuerzo conjunto de EY e IT Ahora, que permite conocer la percepción de las empresas ecuatorianas respecto a los retos, tendencias y necesidades tecnológicas. El estudio recogió la opinión de 180 líderes de negocio y tecnología.

Sectores participantes en la encuesta:



Monto de presupuesto de TI:



Preguntas de la Encuesta:

1. ¿Cuáles son los principales retos de negocio que su Organización deberá cumplir en los siguientes dos años (2020 – 2021)?
2. ¿Cuál es el nivel de soporte tecnológico que tienen actualmente las operaciones en su Organización?
3. ¿En qué estado se encuentran las iniciativas tecnológicas dentro de su organización?
4. ¿Cómo está implementada su arquitectura tecnológica?
5. ¿Qué servicios de TI tiene tercerizado o ha considerado tercerizar?
6. Entre las tendencias de tecnologías emergentes, ¿Cuál cree que tiene mayor posibilidad de aplicación en el corto plazo?
7. ¿Cuáles son los principales puntos de atención en los cuales se ha agendado su agenda digital?
8. ¿Qué habilitadores tecnológicos ha considerado utilizar para facilitar la implementación de su estrategia digital?
9. ¿Cuáles son las principales barreras y desafíos que enfrenta su organización para implementar su estrategia digital?



1

Resultados del Estudio

Sector Productos de Consumo y Retail

Tendencias Tecnológicas
de mayor impacto en el Ecuador para el año 2020

Durante la sesión se va a utilizar la plataforma Mentimeter, para la consulta: Prioridades Tecnológicas del Sector Productos de Consumo y Retail ante el COVID-19 :

Para iniciar, escanee el código QR con su móvil o ingresemos a la siguiente página web (Móvil o Computadora):

1. Ir a **http://www.MENTI.com**
2. Ingresar el código de la sesión **80 21 15**
3. Responder a cada una de las preguntas y hacer click en "Submit"

Powered by

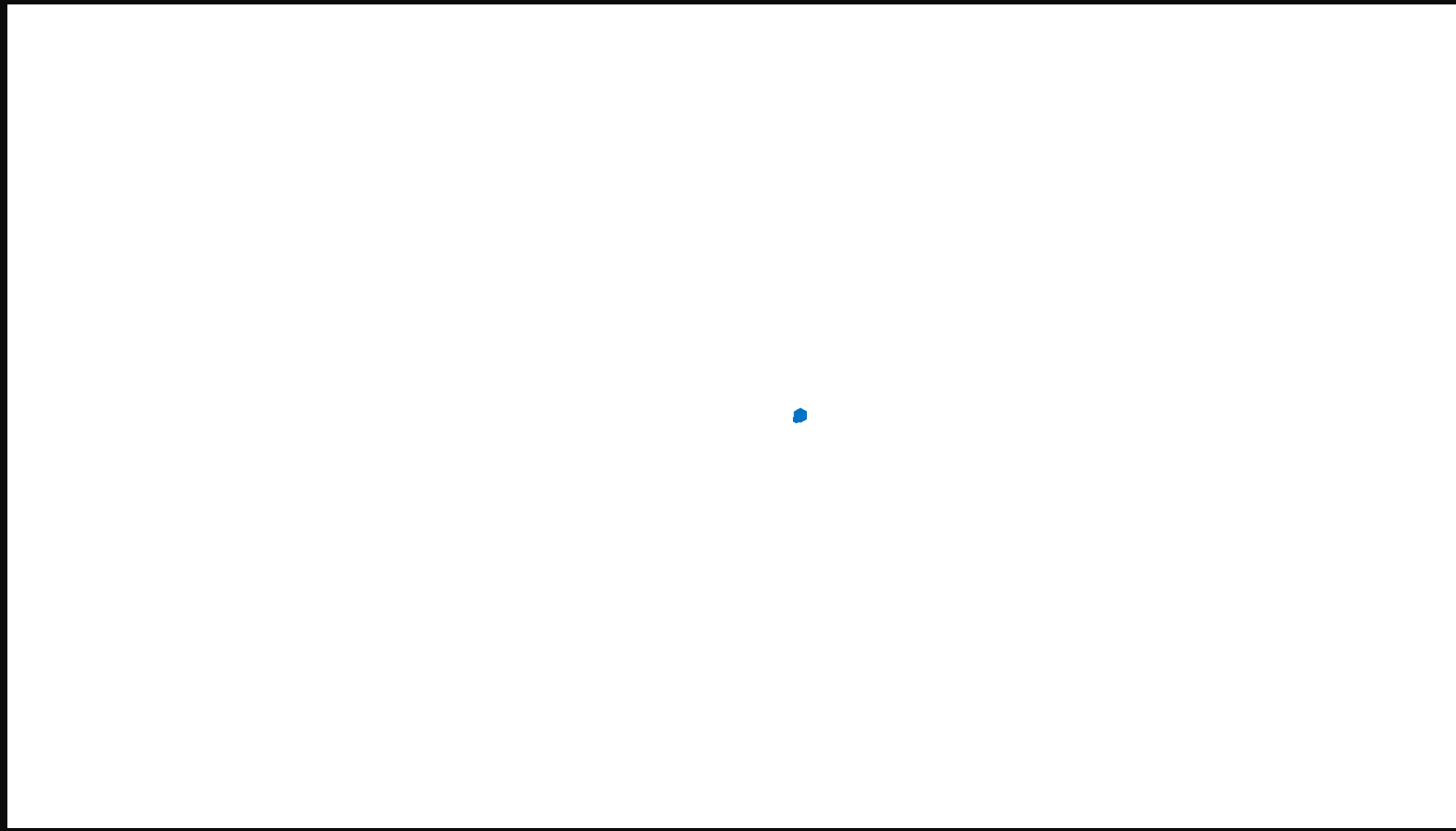
iTahora
La Revista del Líder de Tecnología

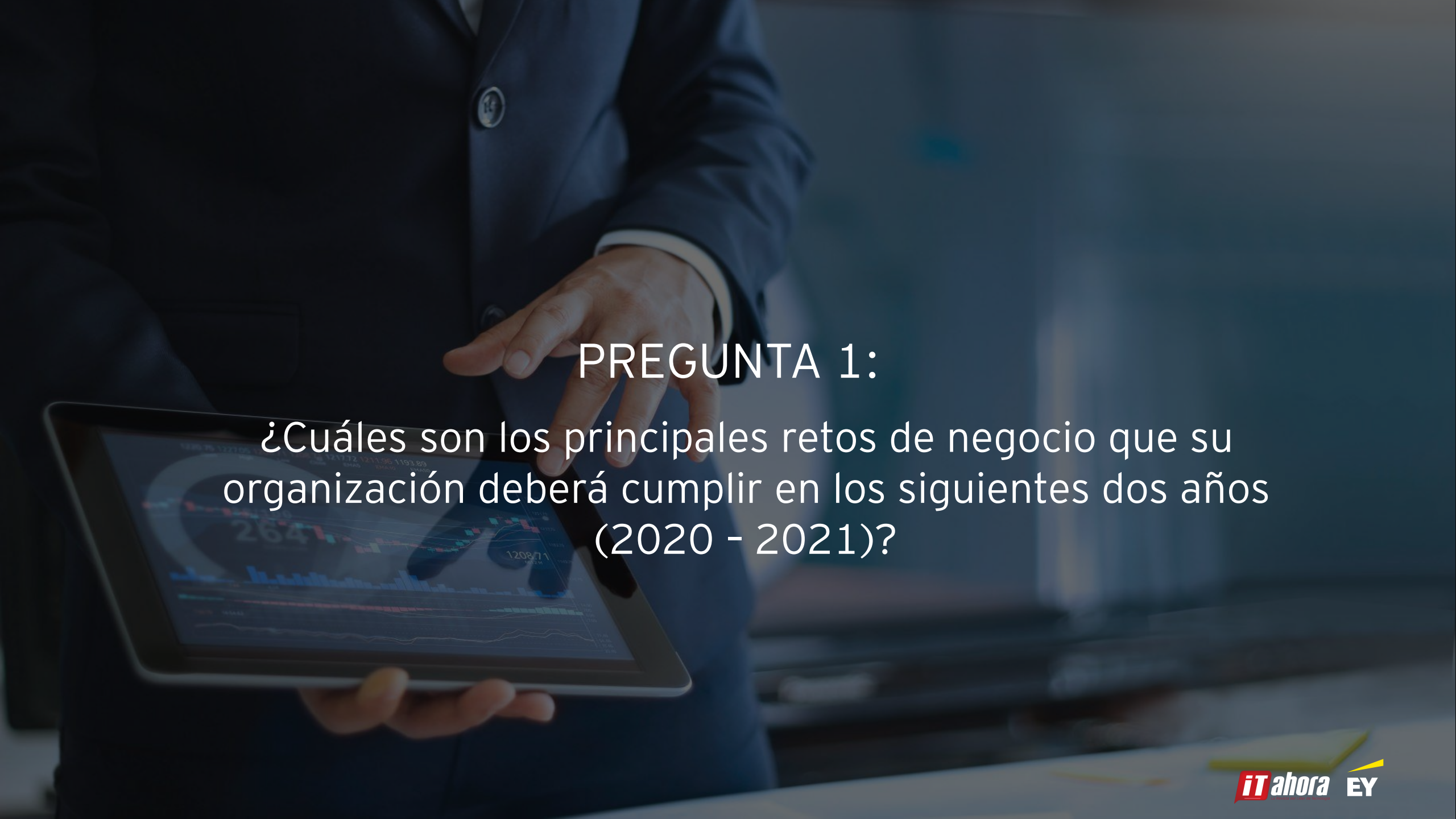
EY
Building a better working world

Pregunta MENTI

menti.com

80 21 15





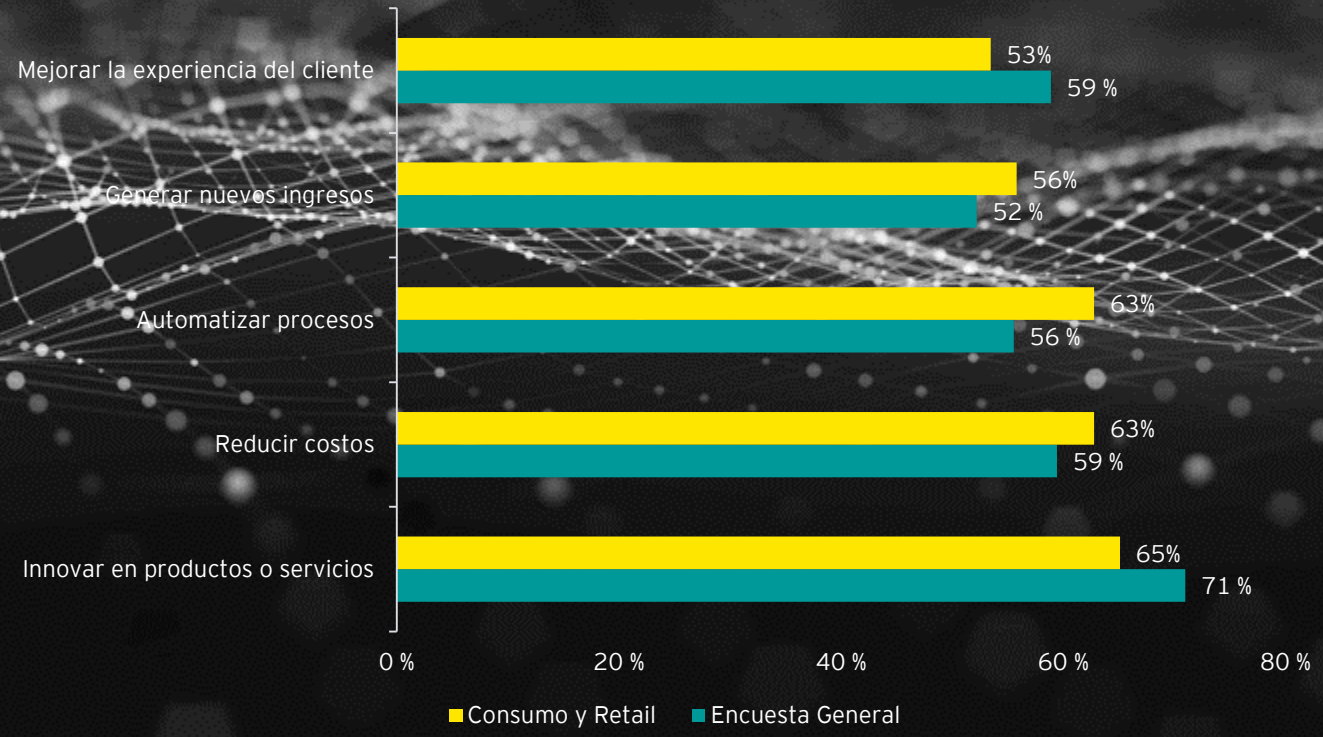
PREGUNTA 1:

¿Cuáles son los principales retos de negocio que su organización deberá cumplir en los siguientes dos años (2020 - 2021)?

PREGUNTA 1: ¿Cuáles son los principales retos de negocio que su organización deberá cumplir en los siguientes dos años (2020 - 2021)?

- La forma cómo las organizaciones deciden **afrontar los retos** identificados podría acarrear implicaciones que van **desde lo estratégico hasta lo más operativo**, según cómo sea definido el objetivo a lograr.

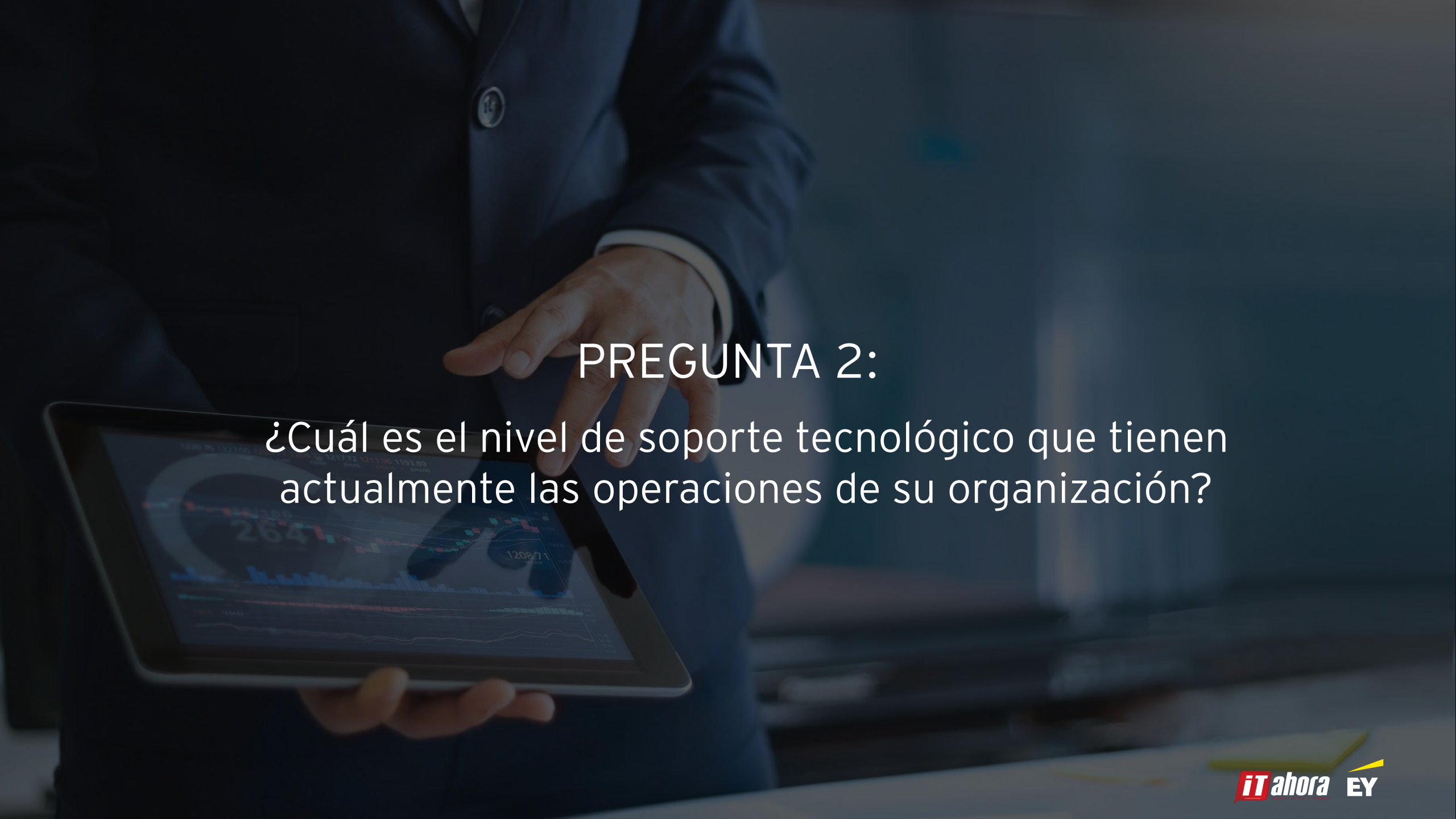
De acuerdo con los resultados de nuestro estudio, se identificaron cinco principales retos para este sector:



65%

Considera importante **la innovación** de productos y servicios ya que el **comportamiento del consumidor está cambiando frente a la pandemia**, por ejemplo compras sin contacto físico.

Las empresas deben adoptar un enfoque priorizado "top-down" donde se visualice el estado futuro esperado, sus potenciales cambios en el modelo de negocio y consistentemente adquirir las capacidades, tecnologías, habilidades y competencias necesarias para crear ese cambio.



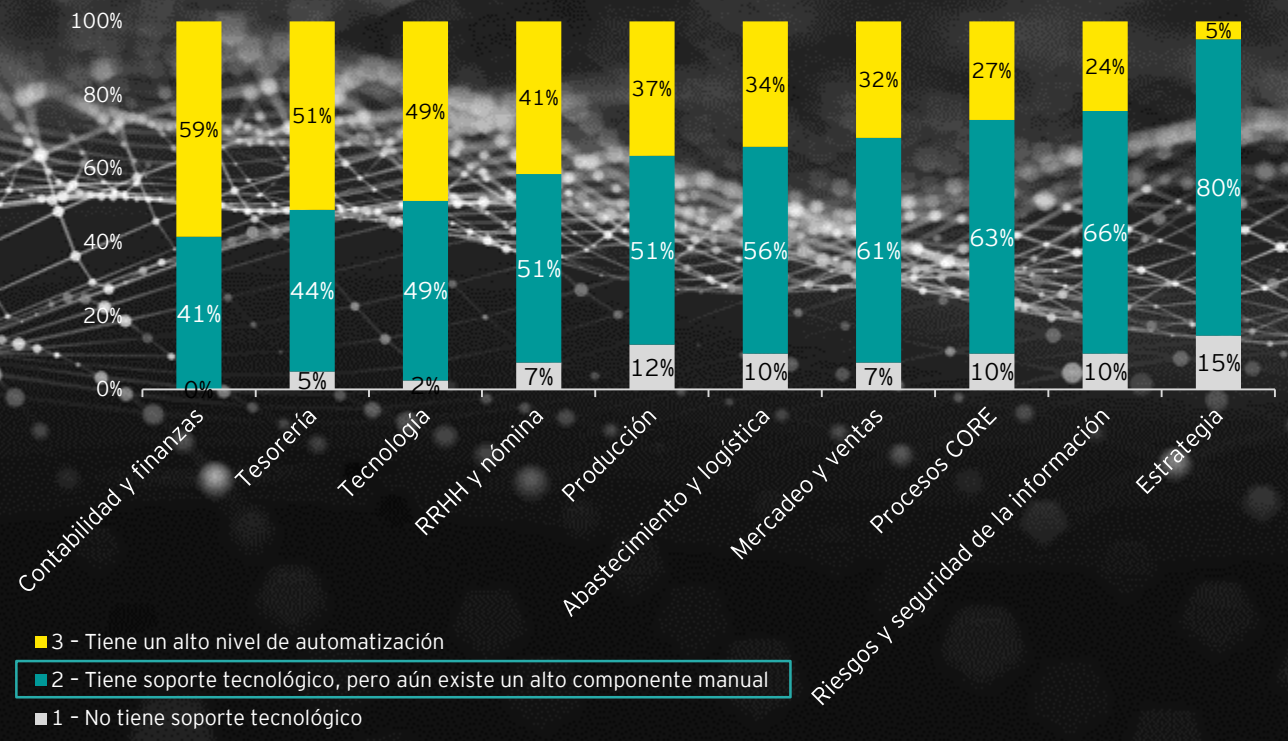
PREGUNTA 2:

¿Cuál es el nivel de soporte tecnológico que tienen actualmente las operaciones de su organización?

PREGUNTA 2: ¿Cuál es el nivel soporte tecnológico que tienen actualmente las operaciones de su organización?

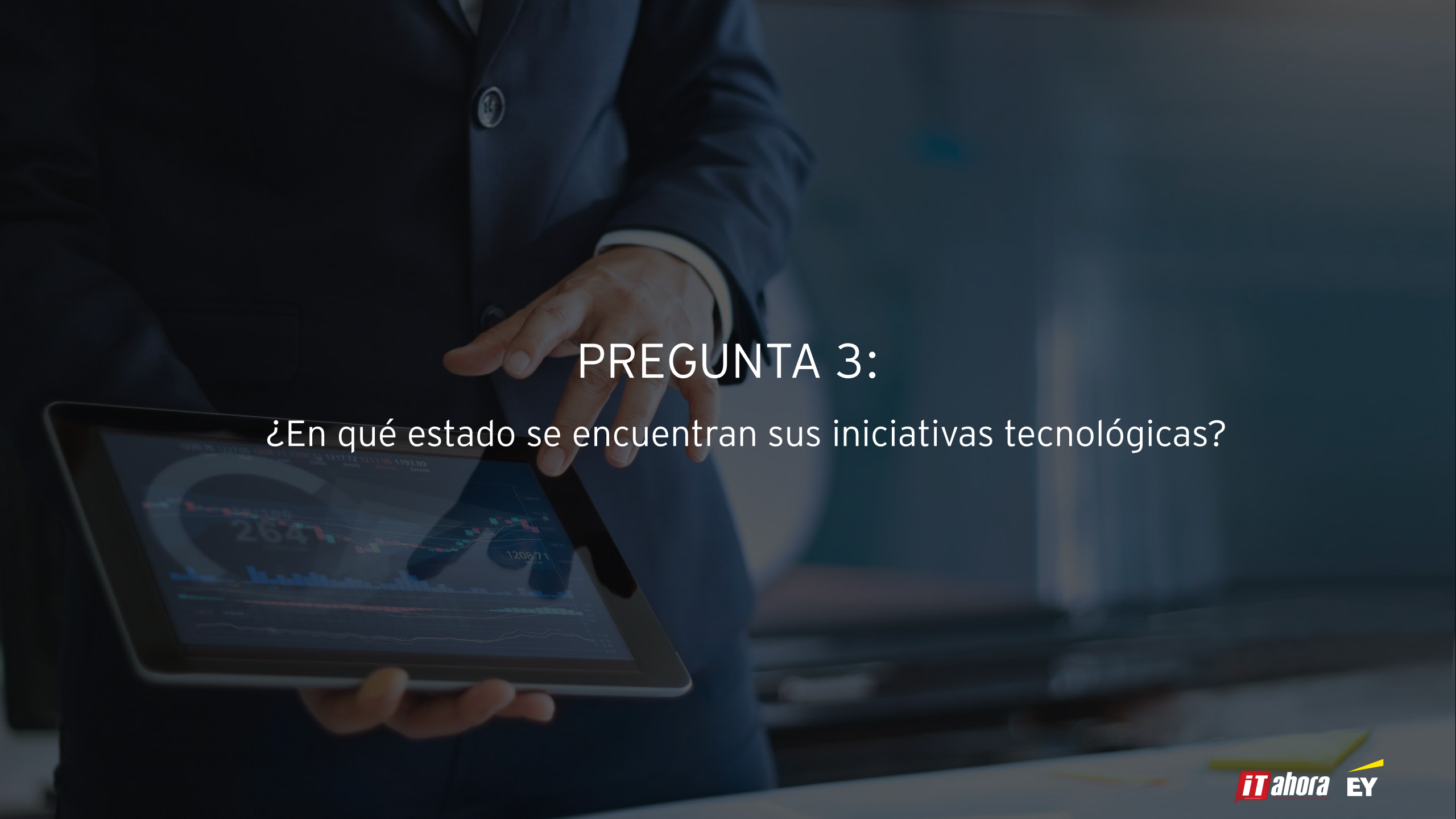
- Es importante que las organizaciones tengan claro el **nivel de madurez de su tecnología** y cuáles habilitantes pueden adoptarse para **hacer sus operaciones más eficientes**.

De acuerdo con los resultados del estudio, las áreas con mayor nivel de soporte tecnológico en el sector:



Desde el punto de vista de los procesos operativos, básicos o productivos, se evidencia una importante necesidad de soporte tecnológico debido a que aún existe un alto componente manual para:

- Procesos core **63%**
- Mercadeo y ventas **61%**
- Abastecimiento y logística **56%**
- Producción **51%**
- Nómina y RRHH **51%**



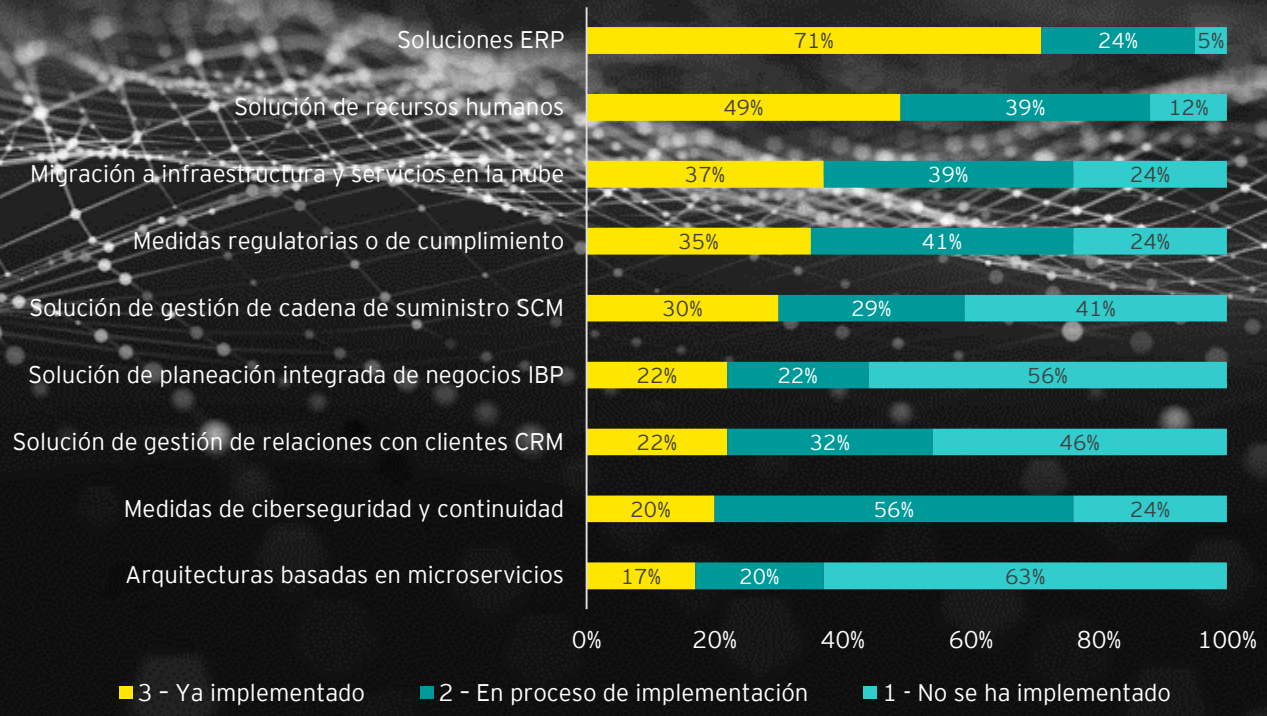
PREGUNTA 3:

¿En qué estado se encuentran sus iniciativas tecnológicas?

PREGUNTA 3: ¿En qué estado se encuentran sus iniciativas tecnológicas?

- Otro reto para las organizaciones está en determinar las iniciativas tecnológicas que refuercen su estrategia, su modelo de negocio y que proporcionen una ventaja competitiva frente al mercado.

De acuerdo con los resultados de nuestro estudio, las iniciativas tecnológicas con mayor frecuencia de implementación son:



76%

han implementado o se encuentran ejecutando iniciativas de ciberseguridad y continuidad de negocio lo cual frente a la situación del COVID-19 les permitiría estar un paso adelante para generar confianza a sus clientes.

Sin embargo, también **necesitarán confirmar que** las medidas de seguridad y de resiliencia que dicen tener **son efectivas** para la nueva normalidad.

63%

No han implementado arquitectura basadas en **microservicios**, tecnología que es el futuro cercano para aplicaciones

Pregunta MENTI

menti.com

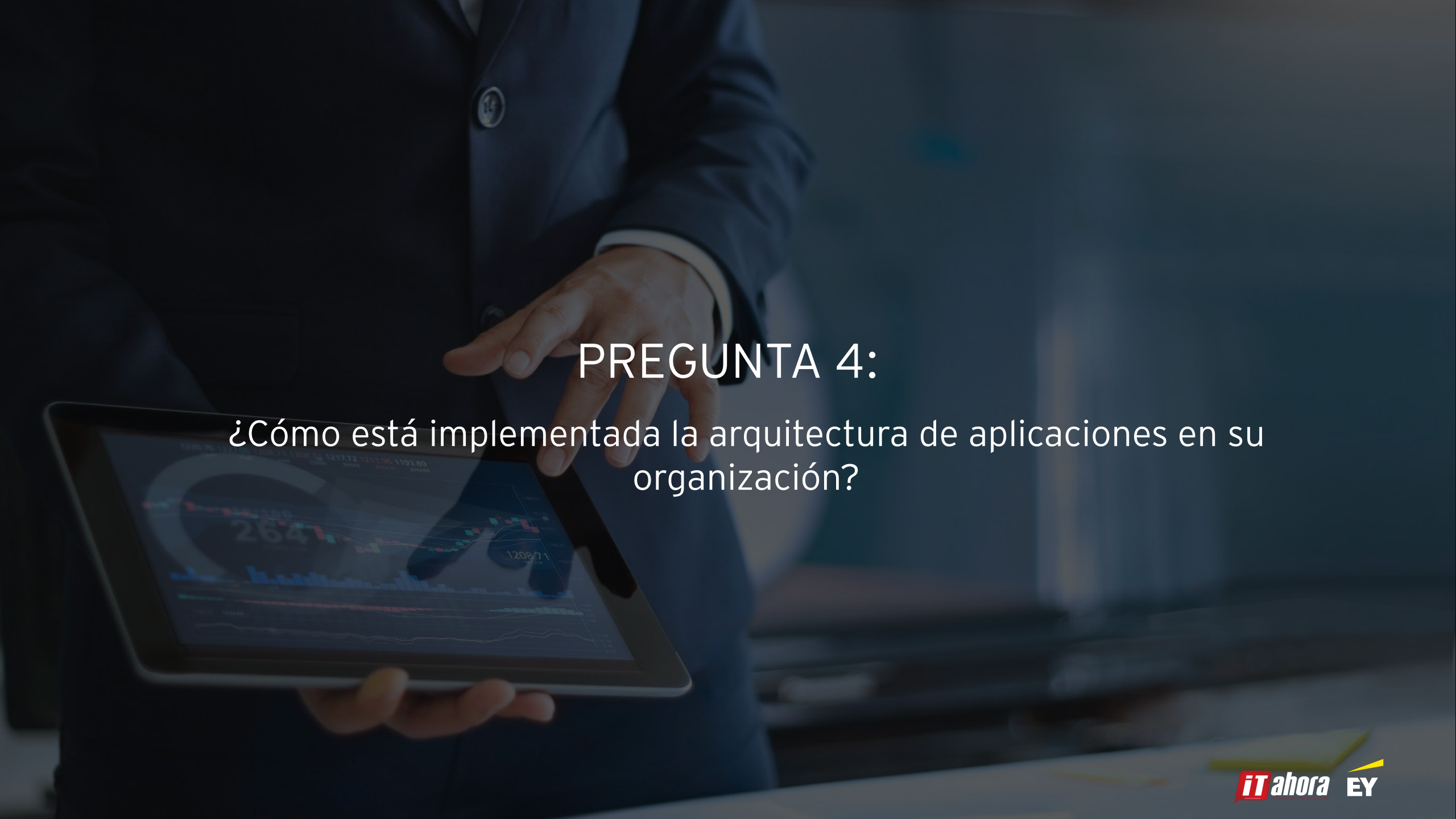
80 21 15

Ve a www.menti.com y utiliza el código 80 21 15

Pregunta 2 - ¿En qué procesos de la operación de su negocio han tenido que hacer uso intensivo de tecnología para enfrentar la pandemia?



Slide is not active Activate



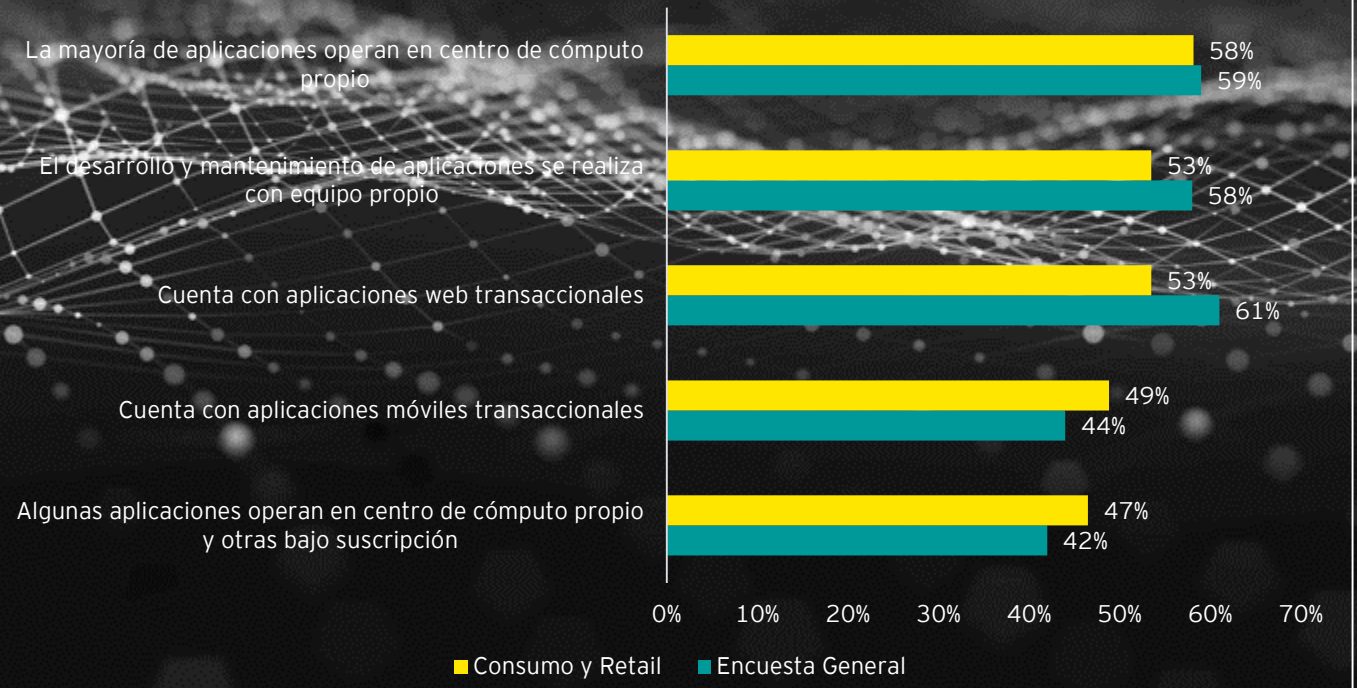
PREGUNTA 4:

¿Cómo está implementada la arquitectura de aplicaciones en su organización?

PREGUNTA 4: ¿Cómo está implementada la arquitectura de aplicaciones en su organización?

- Se plantea la arquitectura de las aplicaciones como el conjunto de elementos específicos que proveen las plataformas y los servicios, sobre los cuales se ejecutan los diferentes sistemas de información que soportan los procesos de negocio.

De acuerdo con los resultados de nuestro estudio, las arquitecturas de aplicaciones más empleadas son:

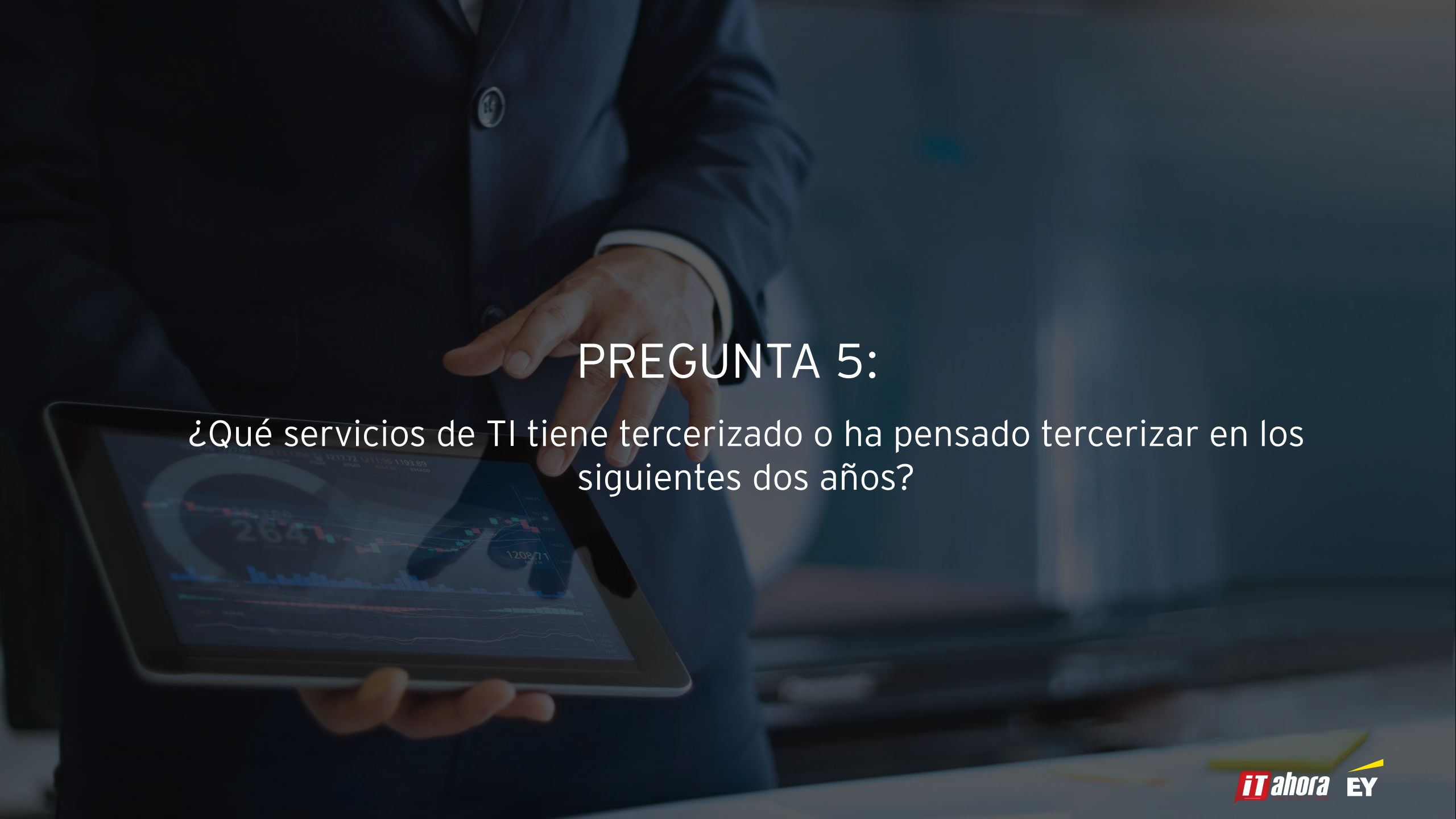


53%

Se apoyan con equipos de desarrollo interno principalmente relacionados a los aplicativos legados "in-house" que aún no han sido migradas o que están en proceso de ser reemplazadas por un ERP.

53% cuenta con **aplicaciones web transaccionales** y **49%** cuenta con **aplicaciones móviles**.

Debido a la pandemia, existirá una mayor cantidad de **usuarios** que **demandarán de estos servicios** por lo que aun hay espacio para que las empresas apuesten por este tipo de aplicaciones



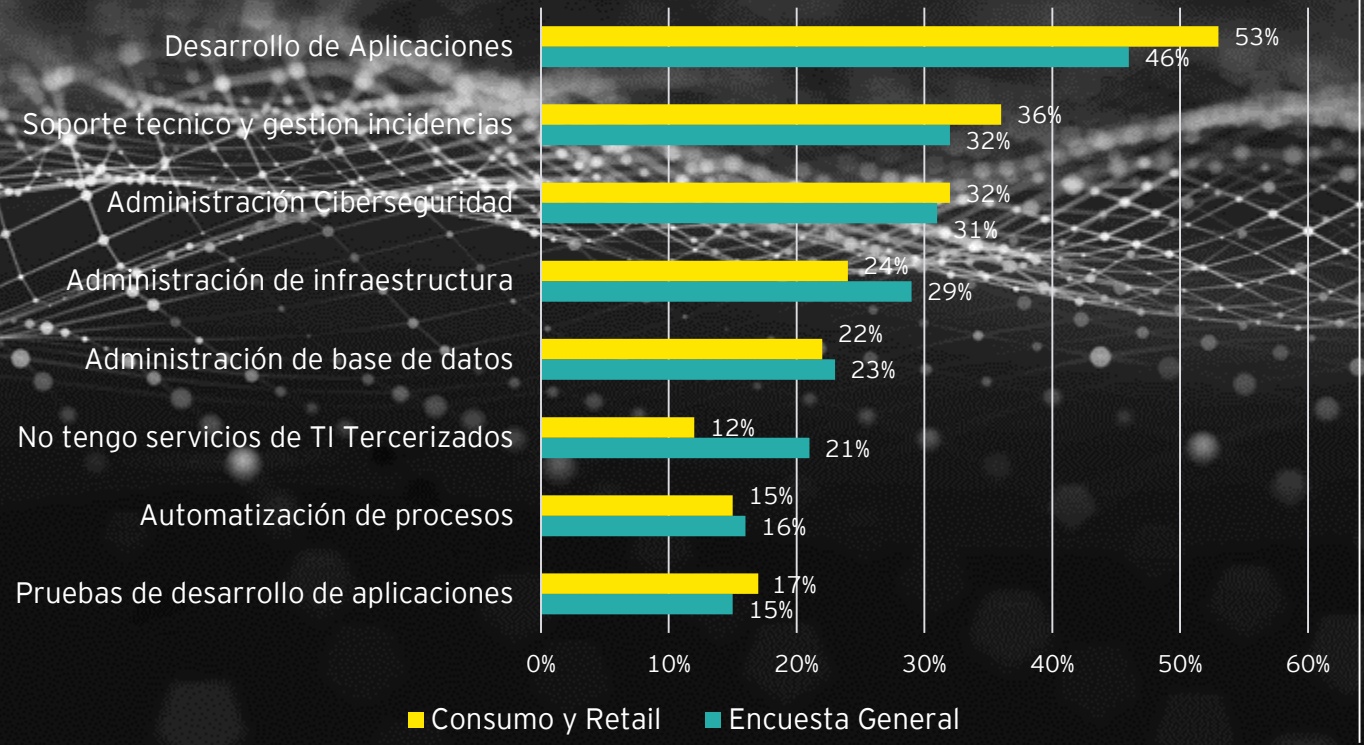
PREGUNTA 5:

¿Qué servicios de TI tiene tercerizado o ha pensado tercerizar en los siguientes dos años?

PREGUNTA 5: ¿Qué servicios de TI tiene tercerizado o ha pensado tercerizar en los siguientes dos años?

- En los últimos años, la tercerización de servicios de TI ha pasado de tareas operativas y básicas a requerir servicios especializados para acelerar los procesos de TI y generar valor al negocio.

Se identificaron tres principales servicios tercerizados para este sector:

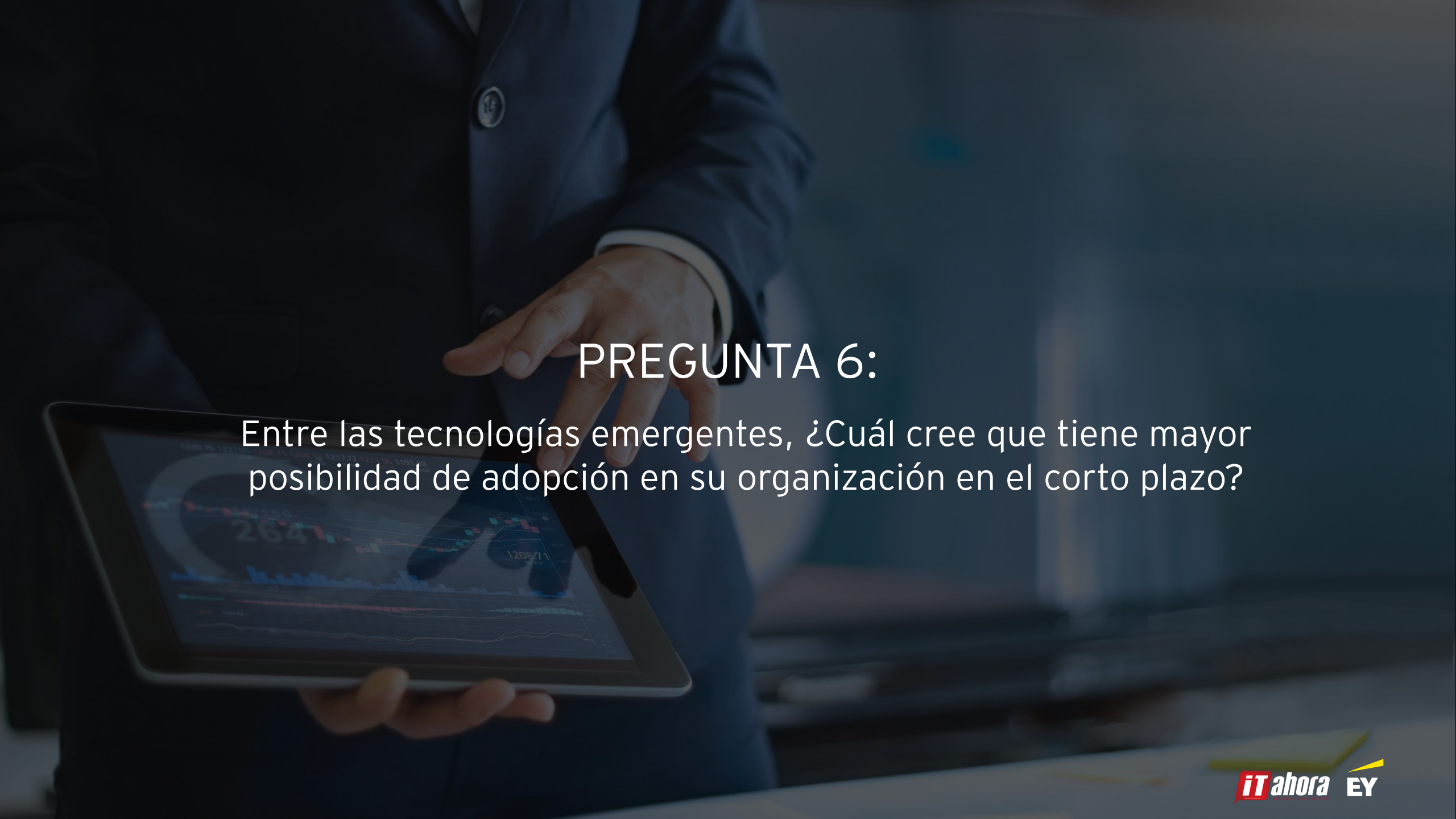


53%

De las organizaciones del sector de consumo y retail **ha tercerizado o ha considerado tercerizar el desarrollo de aplicaciones.**

sólo 15%

ha tercerizado o está considerando la tercerización de la automatización de procesos lo cual muestra que las organizaciones pueden utilizar tecnologías como RPA para lograr eficiencias operativas.



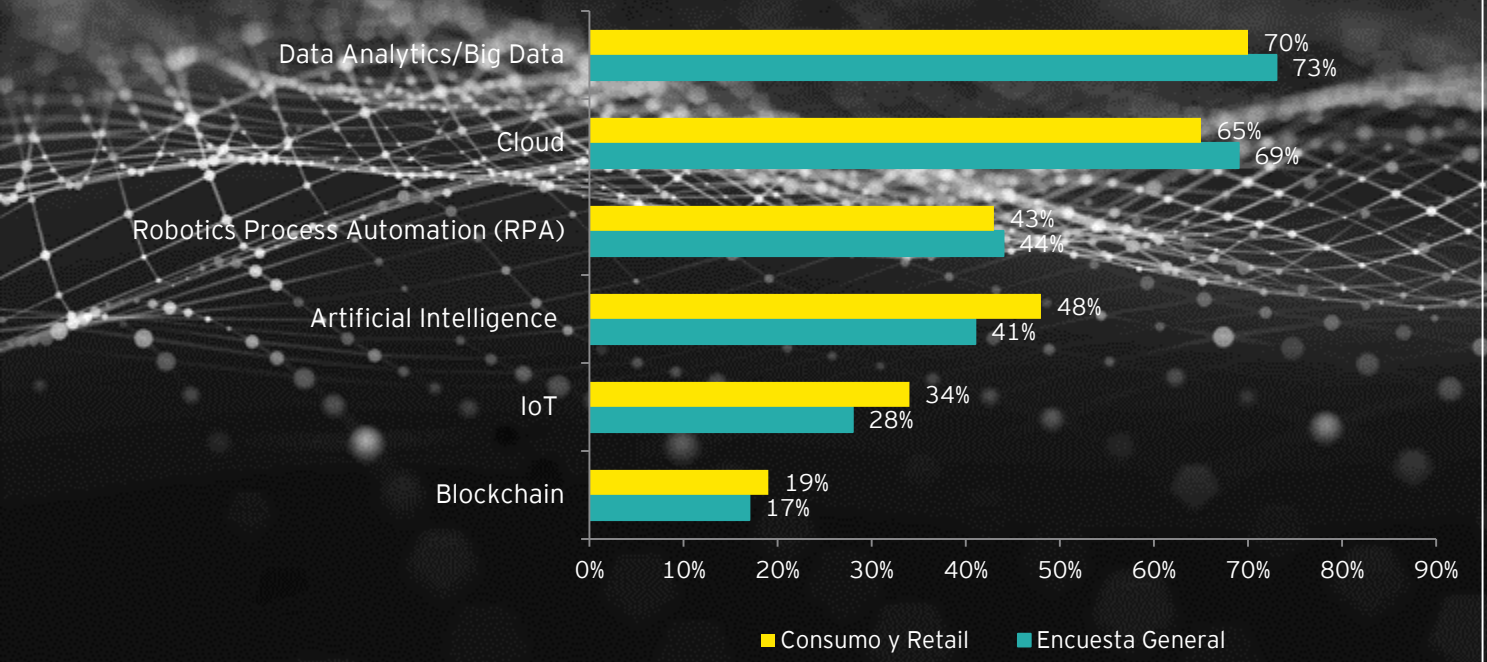
PREGUNTA 6:

Entre las tecnologías emergentes, ¿Cuál cree que tiene mayor posibilidad de adopción en su organización en el corto plazo?

PREGUNTA 6: Entre las tecnologías emergentes, ¿Cuál cree que tiene mayor posibilidad de adopción en su organización en el corto plazo?

- Muchas de las tecnologías emergentes o disruptivas, se encuentran en etapa experimental o de adopción temprana, por lo que es importante identificar el valor agregado real que es aplicable acorde a la industria, el tipo de tecnología, el tamaño de la organización y los objetivos que se buscan abordar con cada una de ellas

Las tendencias tecnológicas con mayor posibilidad de adopción en el corto plazo son:



La industria del sector ha reconocido al **análisis de datos** como una **herramienta fundamental** para ayudarla a tomar decisiones más inteligentes.

70%

65%

Tienen como **prioridad migrar** hacia una **infraestructura cloud** por las prestaciones que brinda para desarrollar nuevos canales de venta.

48% y **43%**

Identificó la **inteligencia artificial y RPA** respectivamente como tecnologías emergentes que puede **ayudar a lograr eficiencias operativas**.

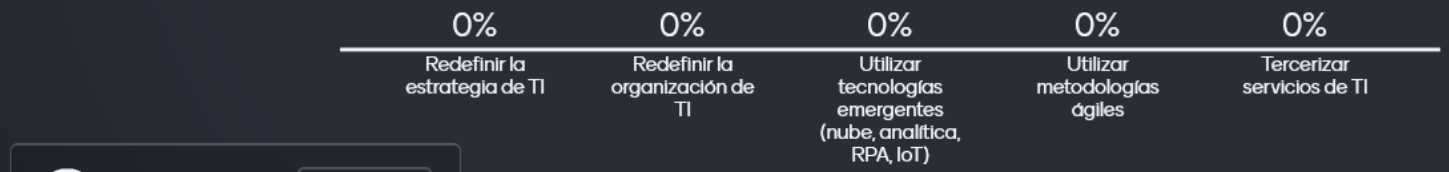
Pregunta MENTI

menti.com

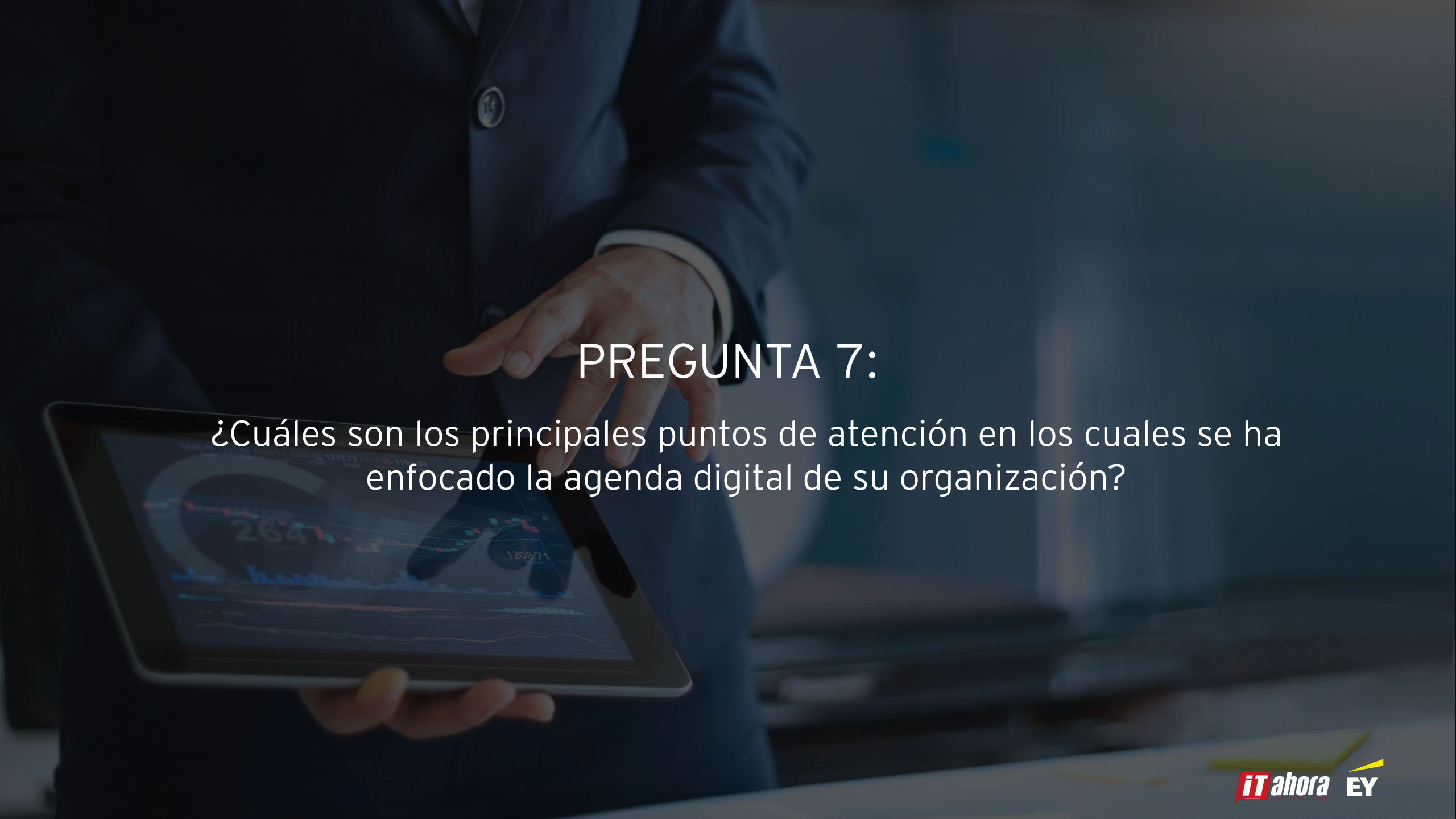
80 21 15

Ve a **www.menti.com** y utiliza el código **80 21 15**

Pregunta 3-¿En qué aspectos tecnológicos se va a enfocar su organización para la transición a la nueva normalidad así como mantener la sostenibilidad?



Slide is not active Activate



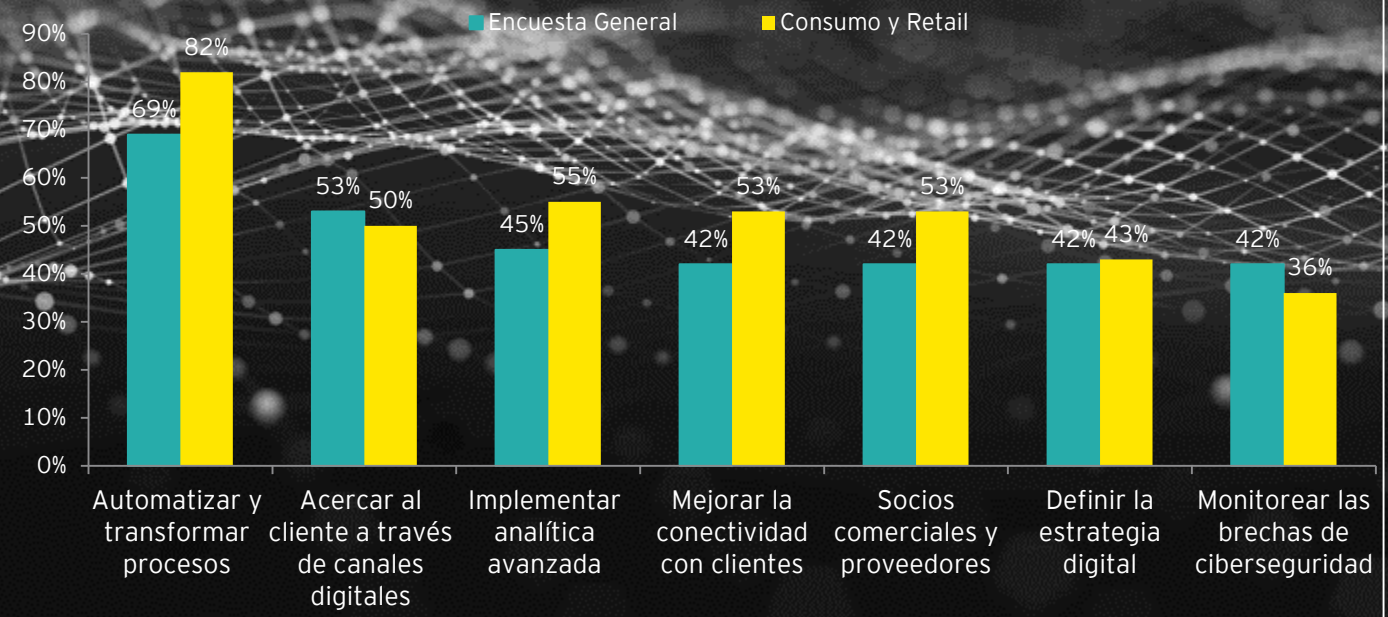
PREGUNTA 7:

¿Cuáles son los principales puntos de atención en los cuales se ha enfocado la agenda digital de su organización?

PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los principales puntos de atención en los cuales se ha enfocado la agenda digital de su organización?

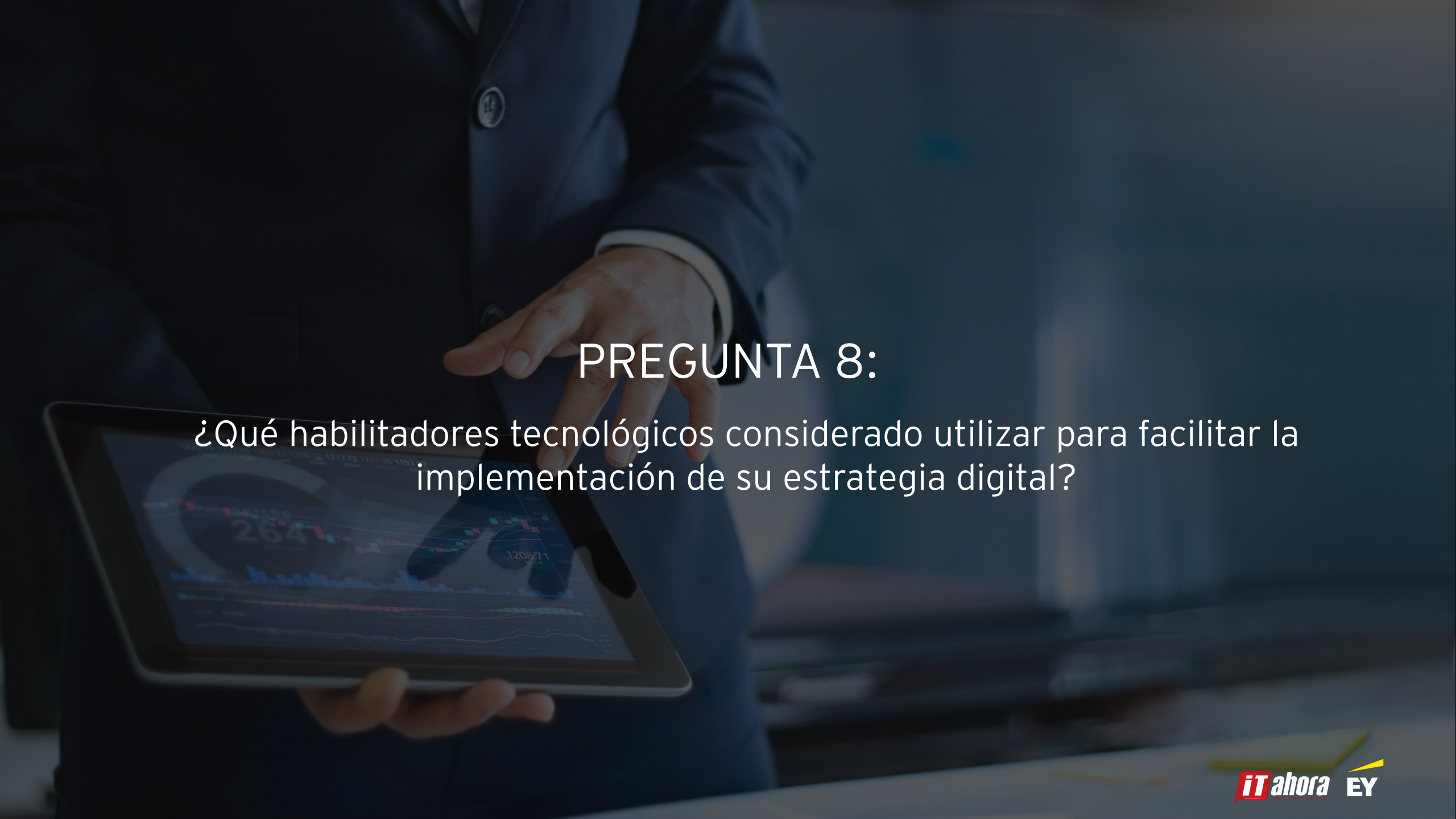
- La transformación digital no solamente representa la implementación de nuevas soluciones tecnológicas, sino que también, se trata de rediseñar el modelo de negocio, redefinir los propios productos o servicios y actualizar la cultura empresarial.

Se identificaron siete principales puntos de atención para este sector:



Por sobre el 40% en cada caso, **el sector** de productos de consumo y retail a diferencia de los otros sectores ha priorizado la automatización de procesos, implementación de analítica avanzada, conectividad con clientes y socios comerciales y proveedores.

La pandemia actual ha confirmado la importancia de **acelerar el cambio a canales digitales** y de la necesidad de contar una **transformación en los procesos** que permita la rápida respuesta por parte de las organizaciones ante eventos no planeados



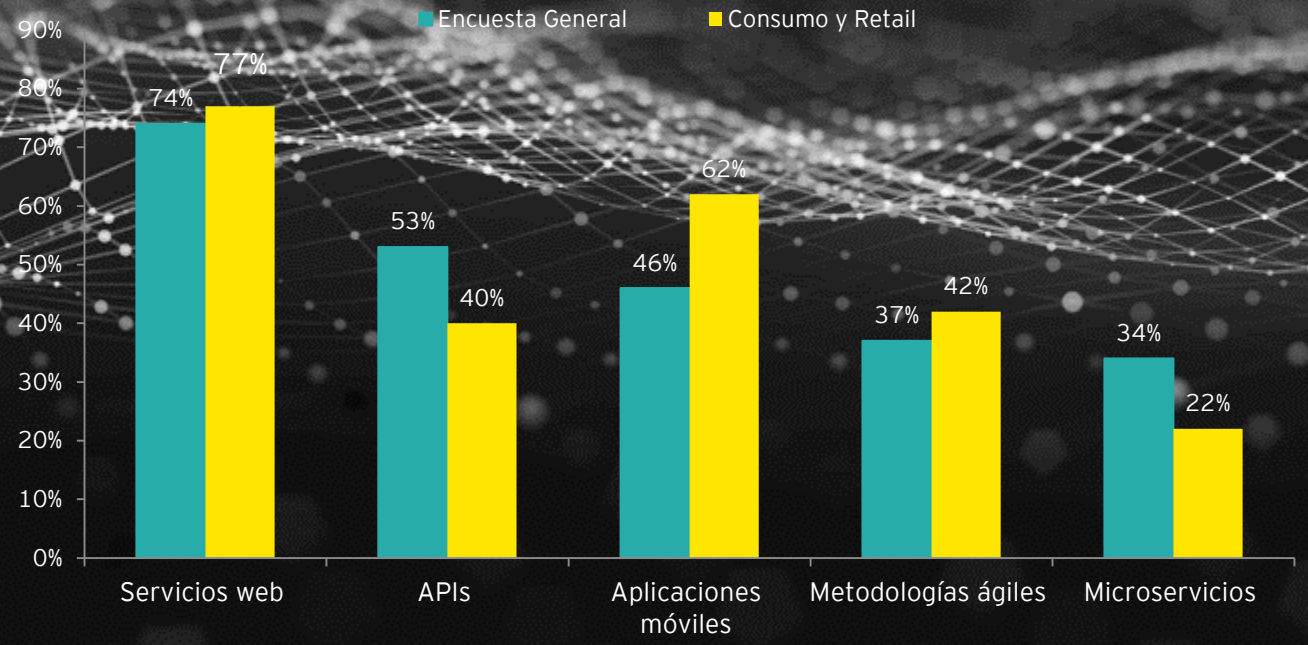
PREGUNTA 8:

¿Qué habilitadores tecnológicos considerado utilizar para facilitar la implementación de su estrategia digital?

PREGUNTA 8: ¿Qué habilitadores tecnológicos ha considerado utilizar para facilitar la implementación de su estrategia digital?

- Una vez que tienes claro el modelo de negocio al cual apuestas, puedes empezar a determinar qué habilitadores pueden servir para apalancar el cambio. Es cuando logras alinear estos elementos, que realmente te montas en la ola de la transformación digital.

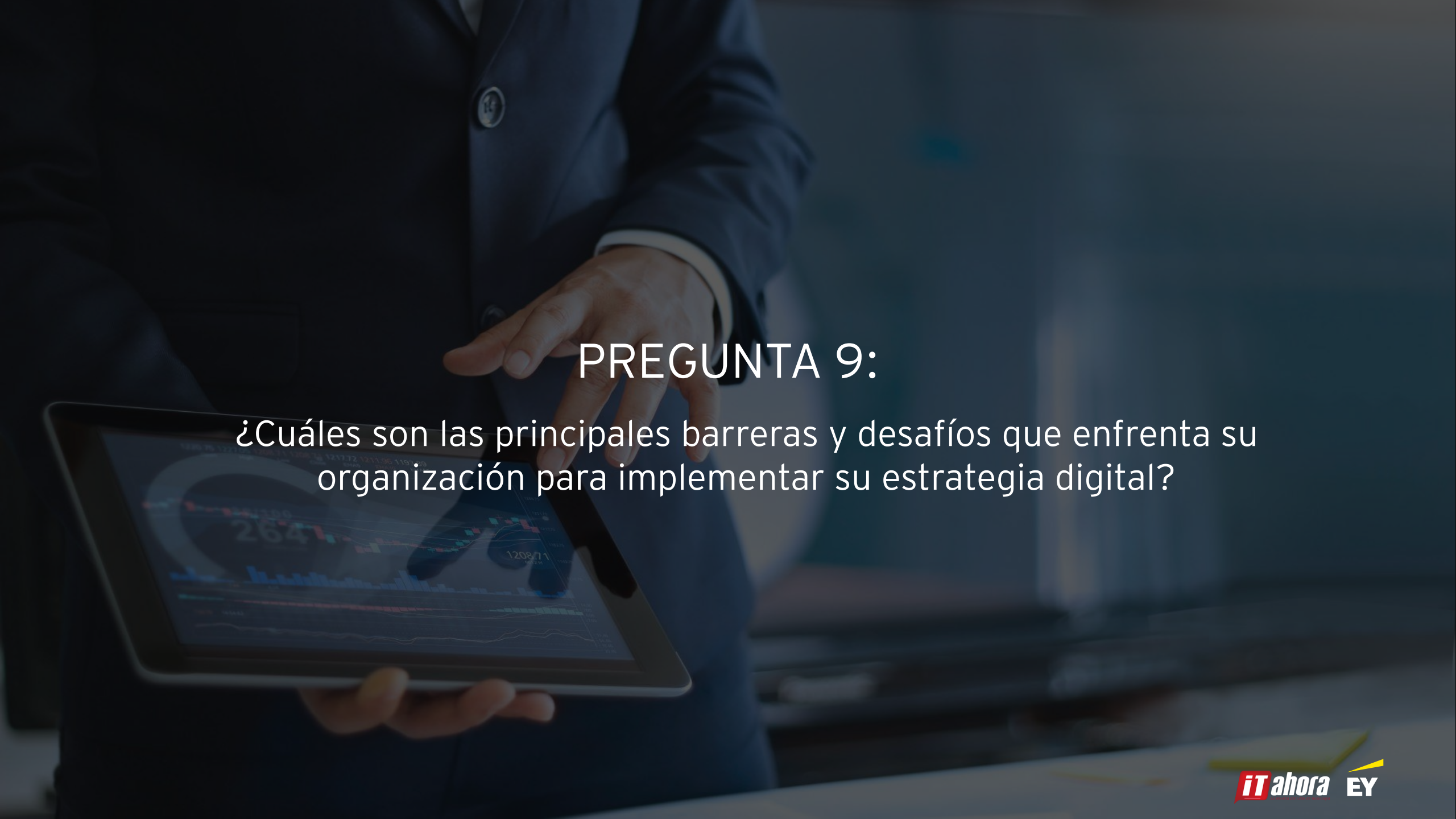
Se identificaron cinco habilitadores tecnológicos para este sector:



77% considera el **uso de servicios web** como **principal habilitador** de su agenda de transformación digital **así como también...**

62% Considera las **aplicaciones móviles** entre sus principales habilitadores tecnológicos.

Sin embargo, **las compañías todavía no han apostado por las ventajas y beneficios que trae el uso de APIs, microservicios y metodologías ágiles**; lo que les puede generar un diferenciador de mercado.



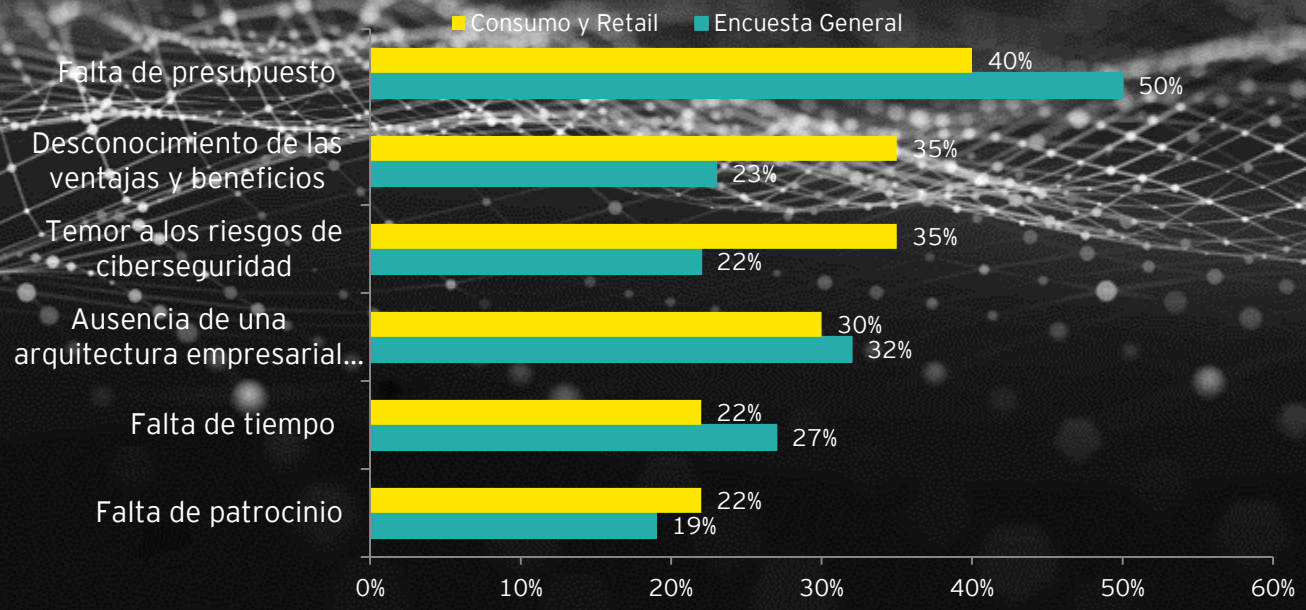
PREGUNTA 9:

¿Cuáles son las principales barreras y desafíos que enfrenta su organización para implementar su estrategia digital?

PREGUNTA 9: ¿Cuáles son las principales barreras y desafíos que enfrenta su organización para implementar su estrategia digital?

- Pese a las oportunidades de acelerar la transformación digital a través habilitadores y metodologías ágiles, existen diversos desafíos que impiden que se pongan en marcha las estrategias para innovar en las organizaciones.

Durante el estudio se identificaron cinco principales barreras y desafíos para este sector:



40% Identificaron el presupuesto como la principal barrera.

Mencionó el desconocimiento de ventajas y beneficios como otro desafío para implementar su estrategia digital. **35%**

35% Indicó los riesgos de ciberseguridad como otro de los desafíos que enfrenta su organización

"En EY, creemos que la transformación digital está aquí para liberar el potencial humano y acelerar nuevas y mejores formas de trabajar"



Acciones a considerar en este momento desafiante


CORONAVIRUS

Recomendaciones para asegurar que las empresas de consumo y retail piensen “más allá” en este momento y estén preparadas para hacerlo "más tarde"

	Miedo a la Pandemia (Hoy)	Reemergencia (Mañana)	Nuevo Normal (Futuro)
Compromiso con el cliente			
Mejora la colaboración	Enfocarse en soluciones que mantengan la lealtad del cliente / marca	Identificar y planificar cambios clave en productos, precios, promociones e implicaciones de comercialización.	Determinar los cambios esperados a largo plazo en el uso de canales alternativos
Reforzar la promesa de marca	Centrarse en abordar los problemas de fabricación, empaque y distribución de productos clave	Promesa de marca y campañas publicitarias para reforzar el valor de la marca	Cambiar el gasto comercial y el marketing de compradores a nuevos lugares
Aumentar la innovación / I +	Racionalizar y optimizar la cartera de productos que incluye nuevos productos	Evaluar cómo trabajar y suministrar a los clientes de manera óptima a medida que cesa el pánico	Evaluar cómo trabajar y suministrar a los clientes de manera óptima en la nueva normalidad
Inversión de capital de marca			
Evaluar el gasto en la tienda	Revisar todos los planes y libere los saldos de fondos comerciales	Planificar en función de diversos escenarios, específicos de los picos de demanda	Equilibrar el aspecto del plan de promoción a la luz del comportamiento actual de carga de despensa
Planificación del consumo	La planificación de la demanda se convierte en planificación del consumo a medida que se desacelera el brote.	Determinar qué parte del volumen, los ingresos y los resultados de la pandemia se convertirán en la nueva normalidad.	Ampliar las categorías para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.
Mejora los procesos de negocio	Asignar un pequeño grupo de empleados como monitores de procesos durante los próximos 90 días	Supervisar todos los aspectos de la ejecución, el cumplimiento de procesos, el uso de la tecnología y los flujos de datos	Incorporar las lecciones aprendidas de la supervisión del proceso comercial en un plan de continuidad comercial
Viaje digital del consumidor			
Navegación y pedidos	Mejore las integraciones de aplicaciones en línea / en la tienda que proporcionan pedidos a tiempo	Expandir la huella digital / activos en nuevos ecosistemas: bienestar, automóviles conectados, telesalud, hogares SMART	Automatizar los bots de compradores que navegan por la web para productos personalizados, notificaciones y órdenes
Pago y entrega	Utilizar canales de redes sociales para la entrega de productos.	Habilitar pagos biométricos / validación de ID en la tienda / quioscos	Utilice socios conectados (robots / vehículos autónomos / drones) para entregar pedidos
Lealtad	Ofrecer incentivos digitales especiales a los socorristas / trabajadores de la salud / trabajadores de entrega	Personalice recompensas de marketing, promociones e incluya enlaces / acceso a nuevos productos	El uso de IDs y IOT marcas tiendas en nuevos ecosistemas para obtener recompensas inmediatas

iT ahora EY

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Acerca de EY
EY es un líder global en servicios de auditoría, impuestos, transacciones y consultoría. La calidad de servicio y conocimientos que aportamos ayudan a brindar confianza en los mercados de capitales y en las economías del mundo. Desarrollamos líderes excepcionales que trabajan en equipo para cumplir nuestro compromiso con nuestros stakeholders. Así, jugamos un rol fundamental en la construcción de un mundo mejor para nuestra gente, nuestros clientes y nuestras comunidades.

EY se refiere a la organización global de firmas miembro conocidas como Ernst & Young Global Limited, en la que cada una de ellas actúa como una entidad legal separada. Ernst & Young Global Limited, compañía del Reino Unido limitada por garantía, no provee servicios a clientes.

Esta publicación contiene información en forma de resumen y, por lo tanto, su uso es solo para orientación general. No debe considerarse como sustituto de la investigación detallada o del ejercicio de un criterio profesional. Ningún miembro de la organización global de Ernst & Young acepta responsabilidad alguna por la pérdida ocasionada a cualquier persona que actúe o deje de actuar como resultado de algún contenido en esta publicación. Sobre cualquier asunto en particular, referirse al asesor apropiado.

Para más información visite ey.com

©2020 EYGM Limited.
Todos los derechos reservados.

Muchas gracias!!!



Andrés Moreno
Socio Consultoría
Andres.Moreno@ec.ey.com



Martín Gonzales
Senior Manager Consultoría
Martin.Gonzales@ec.ey.com

EYEcuador EY EYEcuador EY_Ecuador

Building a better working world

Recomendaciones para asegurar que las empresas de consumo y retail piensen “más allá” en este momento y estén preparadas para hacerlo "más tarde"

Compromiso con el cliente

Las empresas deben reconsiderar su enfoque para asociarse, comprometerse y colaborar con los clientes de una nueva manera.

Apoyar a los clientes para satisfacer mejor sus necesidades

- Mejora la colaboración
- Reforzar la promesa de marca
- Aumentar la innovación / I +

Inversión de capital de marca

La volatilidad de las categorías, replantear las inversiones de capital de marca, especialmente la gestión de fondos comerciales, debe ser una prioridad.

Cambiar el enfoque de la gestión de fondos a la planificación del consumo

- Evaluar el gasto en la tienda
- Planificación del consumo
- Mejora los procesos de negocio

Viaje digital del consumidor

Las empresas están obligadas a repensar el compromiso de la marca con los consumidores, tanto directamente como a través de clientes líderes.

Mejorar el viaje de los consumidores diferenciados y habilitados digitalmente

- Navegación y pedidos
- Pago y entrega
- Lealtad

iT ahora EY