

INDICE

SECCIÓN DE PROSPECTIVA

*Tendencias y Oportunidades de Negocios en el Sector de Comunicaciones Móviles
Análisis del Caso de las Redes 3G*

Mensajes principales	3
I. Introducción	7
II. Negocio Global de la telefonía y los servicios móviles	8
II.a. Operadores	8
II.b. Redes móviles	10
II.c. Tecnologías y plataformas inalámbricas	11
II.d. Servicios Móviles de Valor Agregado (SMVA)	13
II.e. Servicios Móviles de Datos	15
II.f. Surgimiento del M-commerce	17
III. Análisis regional del Mercado Móvil	19
III.a. Mercado Móvil en Asia	19
III.b. Visión General del Mercado Europeo	26
III.c. Europa Central y del Este	31
III.d. América del Norte	34
III. e. América Latina, México y el Caribe	38
III.f. África	42
IV. Conclusiones: síntesis y recomendaciones	45
Glosario	46

Tendencias y Oportunidades de Negocios en el Sector de Comunicaciones Móviles

Análisis del Caso de las Redes 3G

Mensajes Principales

- Las fuentes de información disponibles sostienen que hay cerca de 860 operadores de redes móviles en el ámbito mundial. El Directorio Mundial de Operadores de Redes Móviles (Edición 2008) encontró 743 activos operadores de redes móviles. Los principales operadoras son: AT&T, NTT, Verizon, Deutsche Telecom, Telefónica, France Telecom, Vodafone, Sprint Nextel, Telecom Italia y British Telecom. Según datos de mediados de 2008, existen 1.300 millones de suscriptores de teléfono de línea fija, 3.500 millones de telefonía móvil, 1.200 millones usuarios de internet y 380 millones de banda ancha, sobre una población total de 6.700 millones.
- La industria de las telecomunicaciones está viviendo una profunda transformación. El desarrollo de los servicios de transmisión de datos e internet está experimentando un giro hacia el concepto móvil. Esto explicado por el mayor impulso que vienen generando los servicios de conectividad de banda ancha móvil, comúnmente llamados tecnologías 3G (tercera generación), dejando cada vez más de lado la conectividad fija; como DSL y Cable Módem. Las tecnologías 3G incluyen GSM EDGE, UMTS y CDMA2000 (ver glosario adjunto).
- La saturación de los mercados desarrollados está obligando a la industria a encontrar nuevas fuentes de ingresos. Si bien por el momento, los servicios de voz (VS) seguirán siendo la aplicación estrella para móviles con algunos servicios de datos incluidos (como servicios de soporte), para el año 2015 se espera que la mayoría de los ingresos móviles provenga de los servicios de datos.
- Los servicios de datos (DS) móviles han experimentado un crecimiento continuo durante los últimos años, creciendo a un ritmo que supera considerablemente los servicios de voz (VS) móviles. Los servicios de datos (DS) alcanzaron en

2008 los U\$D 183.000 millones sobre un total de ingresos del mercado móvil global de U\$D 854.000 millones. Los ingresos mundiales anuales por servicios de datos (DS) pasarían del actual 21% de los ingresos del total del móvil al 33%, representando una facturación de U\$D 344.000 millones para el año 2013. Los principales *drivers* de este crecimiento serán la evolución de las redes 3G y los futuros *upgrades*, con el apoyo de la innovación en terminales, contenidos y aplicaciones.

- La base de suscriptores móviles en todo el mundo sigue creciendo y esto puede atribuirse en gran medida al crecimiento de los mercados emergentes. La mayoría de los pronósticos mundiales a 5 años anuncian un descenso continuo pero suave del total de los ingresos medios por usuario (ARPU, por sus siglas en inglés) que las compañías operadoras pueden obtener de estos. Esta tendencia estaría motorizada por la contracción relativamente fuerte el ARPU de los VS, parcialmente compensada por un crecimiento en el ARPU de los DS.
- Si bien el crecimiento de esta última categoría debe conducir a una leve recuperación en el ARPU total desde el comienzo de la próxima década, los operadores se apresuran para asegurarse de que existan aplicaciones móviles realmente requeridas para conducir esta transición. Las asociaciones con empresas de entretenimiento se anuncian en una base casi diaria para conducir los servicios (juegos móviles, vídeos, TV, música, redes sociales e Internet móvil) a los abonados.
- El mercado global de mensajería (SMS) alcanzaba los U\$D 96.400 millones en 2008, lo que significa que los ingresos de datos no-SMS fueron de alrededor de U\$D 86.400 millones. Se espera que los datos no-SMS superen a los de SMS en 2010. Aparte de SMS, casi la mitad de los ingresos del mercado de servicios móviles de valor agregado (MVAS) proviene del entretenimiento (juegos descargables, vídeo, etc) y el acceso básico a Internet (navegación WAP, etc).
- En los próximos años toda la industria de entretenimiento y publicidad (incluida la offline y online) se espera alcance un valor de más de U\$D 2.000 millones, impulsados por una ola de crecimiento en los juegos de videojuegos en línea, música, creación de redes sociales o contenido generado por el usuario (UGC), y vídeos en línea.

- El comercio móvil es potencialmente importante para una amplia gama de industrias, incluidas las telecomunicaciones, informática, finanzas, comercio minorista y los medios de comunicación, así como para los usuarios finales. Sin embargo, aunque existen buenas aplicaciones, hasta ahora no han sido bien adaptadas a las del mercado de masas.
- Esto está empezando a cambiar a medida que los bancos y los comerciantes colaboran con los operadores móviles. El foco también se ha posado en los mercados en desarrollo, donde los teléfonos móviles son vistos como una oportunidad para llegar a las masas, que en caso contrario no utilizaría *m-payment (mobile payment)* o *m-banking (mobile banking)* porque, posiblemente, no poseen computadoras personales y / o conexión a internet.
- La industria de telefonía móvil de Asia ha sido uno de los mercados más grandes y de mayor crecimiento en el mundo. En marzo de 2008 la región había alcanzado 1.500 millones de abonados (la penetración global de la región es de 40%) y la base total de suscriptores creció a una tasa anual de alrededor del 30%. El continente Asiático no sólo ha sido dinámico en términos de crecimiento de los suscriptores sino que también ha sido un líder en innovación con productos tales como el i-mode y la implementación de la tecnología 3G.
- La mayoría de los mercados de móviles de Europa están saturados y muy pocos países contaban en 2008 con niveles de penetración por debajo del 100%. El mercado 3G en Europa tuvo en 2009 un desempeño positivo debido a la migración de 2G a 3G y el mayor número de suscripciones de 3G. Sin embargo, el considerable crecimiento en el número de abonados no se ha traducido en ingresos significativamente más altos para los operadores debido, principalmente, a la preferencia de los operadores por cobrar datos usados en lugar del pago único, modelo all-inclusive (tarifa plana), preferido por muchos clientes.
- La industria móvil de los EE.UU. sigue gozando de un crecimiento considerable, llegando a principios de 2008 al 83% de penetración de abonados. El número de suscriptores aumentó a más de 260 millones en junio de 2008. El porcentaje de hogares sólo inalámbricos ha superado por primera vez el porcentaje de hogares

sólo fijo/cable. En 2007 los ingresos por servicios de telecomunicaciones alcanzaron los U\$D 458.000 millones, de los cuales los ingresos por servicios inalámbricos representan aproximadamente el 31%.

- La penetración del móvil en América Latina y el Caribe era de más del 66% a principios de 2008, muy por encima de la media mundial, que era de alrededor del 46%. Con 375 millones de personas que poseían un teléfono móvil a principios de 2008, América Latina y el Caribe representan aproximadamente el 12% de los 3.040 millones de suscriptores móviles en el mundo, quienes además han sobrepasado a los abonados de línea fija en todos los países, exceptuando Cuba.
- El sector de banda ancha móvil sigue evolucionando a medida que aumenta la demanda mundial de conectividad inalámbrica. En 2008 se hizo más evidente que la tecnología de cuarta generación (4G) es la solución real para la transmisión de datos móviles donde WiMAX y LTE se perfilan como los candidatos más probables para la siguiente generación de redes móviles.