



La telefonía móvil y su impacto



Liliana Ruiz de Alonso
Presidenta de ALTERNA Perú.
Consultora especializada
en Telecomunicaciones y
Regulación

Como ha sucedido en la mayoría de países, los celulares o teléfonos móviles son ahora muy populares en ePerú. En Lima y Callao, las estadísticas oficiales reportan más líneas celulares que población y para todo el país estas estadísticas indican que por cada 100 habitantes, hay 78 líneas móviles. Por supuesto, podemos encontrar países vecinos con mayor penetración móvil, como Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Ecuador, pero es innegable que estos

teléfonos están siendo considerados indispensables por las grandes mayorías de nuestro país.

Es más, los hogares rurales con teléfono móvil han crecido, de ser solo el 17% del total de hogares rurales en el 2007, hoy aproximadamente son el 30%. Es decir, los celulares ya no son un instrumento de lujo o demostración de status, son teléfonos que están contribuyendo a cerrar la brecha de conectividad existente en nuestro país, por la que muchos pobladores rurales se encontraban hasta hace poco prácticamente aislados de los desarrollos en las urbes.

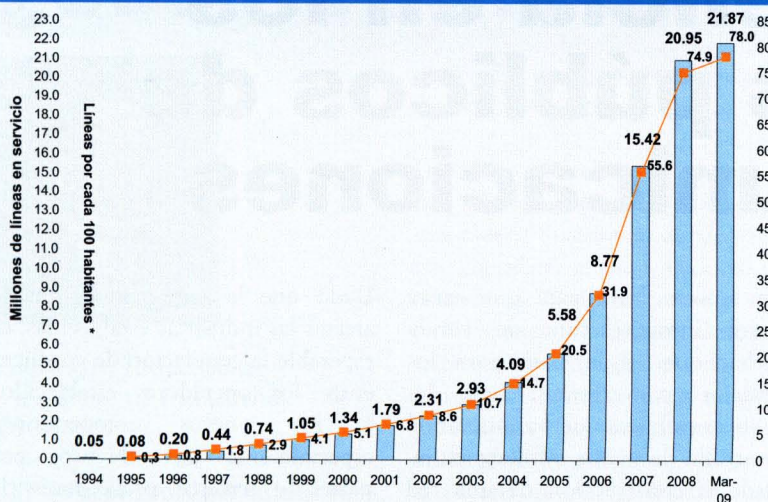
Afortunadamente, los celulares están incrementando la productividad de actividades económicas como la ganadería y la agricultura, así como están facilitando la provisión de servicios públicos básicos como salud y seguridad ciudadana en las zonas rurales. Basta imaginarse las dificultades de transporte o carencia de vías adecuadas en muchos pueblos del Perú, para comprender

los ahorros en tiempo y costo de transporte que los celulares traen consigo cuando los ciudadanos de estos pueblos los adquieren y usan. Un microempresario carpintero de un pueblo localizado a cuatro horas de la ciudad de Cusco nos indicaba que sus clientes habían crecido significativamente gracias al envío de fotos mostrando sus diseños y productos a través del celular, por el que además recibía órdenes de compra y verificaba las entregas al cliente.

La competencia entre las tres empresas operadoras, Telefónica Móviles, América Móvil y Nextel por captar nuevos usuarios, ha generado reducciones tarifarias, diversidad de ofertas de servicio y mayor acceso a los avances tecnológicos de estos

La portabilidad
numérica generará
nuevas estrategias
comerciales de parte
de los operadores

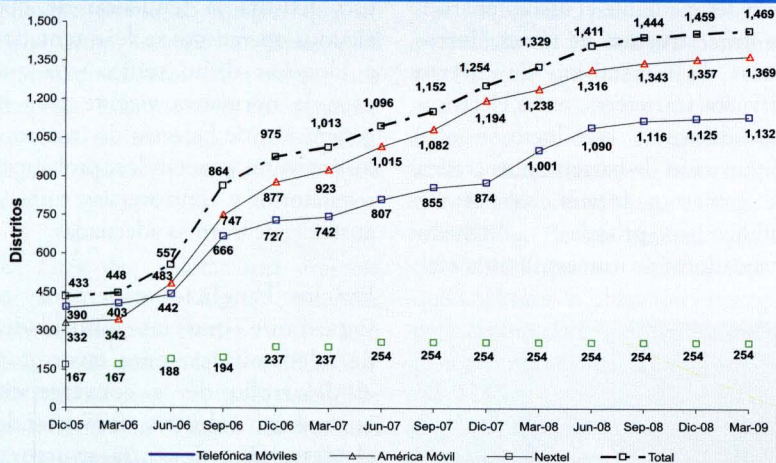
Penetración *



(* El indicador de penetración se ha calculado con las proyecciones de población a partir del censo de 2005 (INEI, diciembre 2006).

Fuente: OSIPTEL

Cobertura *



(* La indicación de cobertura no significa necesariamente la cobertura total de los centros poblados por distrito.

Fuente: OSIPTEL

teléfonos que se van pareciendo a minicomputadoras. Sin lugar a equivocarnos, el mercado móvil es el mercado más competitivo en la industria de telecomunicaciones de nuestro país.

El Estado ha previsto incrementar esta competencia estableciendo la portabilidad numérica desde enero del 2010 y promoviendo la entrada de un nuevo operador a este mercado.

En Latinoamérica, seríamos el quinto país implementando la portabilidad numérica luego de México, Brasil que ya lo hicieron y de República Dominicana y Ecuador

que la implementarán en este año. Conceptualmente, la portabilidad fomentaría más competencia; sin embargo, tendremos que esperar hasta el próximo año para evaluar la efectividad de tal medida, ya que sus detractores aducen que es posible que, a la mayoría de usuarios prepago, no les interese mantener su número telefónico móvil.

Lo cierto es que la portabilidad generará nuevas estrategias comerciales de parte de los operadores, como ya es usual en este mercado, donde los usuarios continuarán recibiendo ofertas no

solo de nuevos equipos terminales y planes tarifarios, sino también de nuevos servicios como acceso a Internet, televisión, servicios de banca, entre muchos otros que podrán ir desarrollándose gracias a la creatividad local y regional.

Respecto al cuarto operador móvil, existe la posibilidad de que no lo tengamos. Hace unos años, una subasta similar cuyo objetivo era interesar a una nueva empresa a entrar a este mercado fue declarada desierta. Además, hay estudios que concluyen que un número óptimo de operadores en este tipo de mercados es precisamente tres y que, en el largo plazo, un entrante adicional no necesariamente mantendría su lugar.

Lo que hace falta es una campaña masiva y profunda para no impedir la inversión de los tres operadores existentes y del resto de operadores de telecomunicaciones en nueva infraestructura. Las barreras municipales para desplegar esta infraestructura aún persisten e incluso las organizaciones vecinales y comunales que no entienden la magnitud del impacto positivo de las telecomunicaciones siguen limitando la instalación y mejora de estos servicios. ☹

