

Avanza la Penetración Celular y de Banda Ancha

País

Las hoy llamadas sociedades de la información están marcadas por el uso de la tecnología como herramienta esencial no solo para asuntos domésticos, sino para impulsar la economía en su conjunto. Así, las distintas actividades giran alrededor de la comunicación celular y del uso de la banda ancha, las que van de la mano. Resulta, pues, vital repasar lo avanzado en estos aspectos.

Se estima que hay más de 28 millones de celulares en un país de 29 millones de habitantes. Aunque a simple cálculo hay casi un celular por persona, en realidad la penetración móvil está desigualmente distribuida entre las zonas urbanas y rurales. Mientras en las capitales de departamento la cobertura es total, no lo es en las demás provincias. Aún así, ya tenemos más de 1,600 distritos que cuentan con el servicio. En el caso de la conexión a Internet, si bien el uso de *mails* y redes sociales han reconfigurado la dinámica económica de ciudades importantes como Lima, Arequipa, Trujillo o Cusco, en el interior todavía

hay serios problemas de acceso. Se estima que ya se supera el millón de usuarios en el país, pero todavía es poco.

La Oferta de los Operadores

Un factor clave en el nivel de desarrollo y cobertura de las llamadas tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) es el papel que juegan las empresas operadoras de servicios de telecomunicaciones. Por un lado, tenemos al grupo Telefónica, líder del mercado peruano, que brinda una amplia gama de móviles y servicios de banda ancha. Su exitosa estrategia de posicionamiento consiste en unir varios servicios para venderlos bajo una sola tarifa. Efectivamente, el 77% del acceso a banda ancha fija que brinda Telefónica se da por paquete dúo o trío (es decir, varios servicios en uno), lo que convierte los ingresos de Internet, TV, datos y TI en más de la mitad de sus ingresos totales.

A septiembre de 2011, Telefónica Movistar había gestionado un millón

de accesos en menos de un año, todo un récord. Ello pese a que el año 2011 no ha sido el mejor en términos de ganancias. Sin embargo, sí hubo un crecimiento trimestral constante en su expansión. A fines de año alcanzaron un total de 19.3 millones de líneas de servicio, y la penetración del servicio móvil fue de 103% frente al 101.7% de 2010.

¿Qué ofrece hoy Movistar? Su política actual impulsa el incremento de los clientes-contrato, es decir, oferta planes fijos de datos en terminales celulares y el uso de la banda ancha móvil. Recientemente, se suma a ello la disminución gradual del 20% en las tarifas de Internet fijo, primero en planes de 10 a 30 Mbps, para luego darse en los dúos y tríos. En esa misma línea, viene reduciendo la tarifa general de servicios de velocidad de banda ancha de 2 y 3 Mbps para incentivar el uso de mayores velocidades, pues el promedio de consumo en el Perú es de 1.3 Mbps en velocidad, mientras que la media latinoamericana es de 2.5.

Continuamente, las empresas están lanzando ofertas y promociones en una variada gama de dispositivos y planes, lo que dinamiza aún más estos servicios.



Foto: viconproductions.wordpress.com

Todo ello nos coloca en igualdad de precios con los mercados de Brasil, Chile, México y Argentina, lo que da mayor impulso a la demanda. Finalmente, este año Movistar lanza por temporada escolar Aula 365, espacio virtual interactivo para el educando como servicio gratuito en sus planes de afiliación a Internet fijo.

De otro lado, tenemos a la compañía Claro, que ha permitido que el proceso de penetración celular y de banda ancha se acelere, pero sobre todo ha generado una gran competencia, la que se ha traducido en una guerra de precios de la que se ha visto beneficiado el usuario. Efectivamente, en los últimos seis años las tarifas móviles han sufrido reducciones, y se han hecho más accesibles. Continuamente se están lanzando ofertas y promociones, en una variada gama de dispositivos y planes, lo que dinamiza aún más la

demanda de celulares. "Claro estima que el mercado crecerá entre 20% y 30% este año, motivado tanto por la incorporación de nuevos usuarios como por la renovación de equipos", dice Rodrigo Arosemena, gerente general de la compañía. La empresa apunta a que esta penetración se concentre en provincias antes que en Lima, pues tienen expectativas en el crecimiento sostenido de Arequipa y Cusco.

La operadora también incorpora más tecnología al mercado. Así, desde noviembre Claro comercializa la banda ancha móvil 4G, que es lo último en tecnología de redes móviles, pues supera en doble de velocidad a la red 3G, que ofrece velocidad de 3Mpbs. Con ella, los móviles realizan un sinfín de operaciones: Internet, redes y descarga de videos, fotos o música en tiempo real. El servicio requiere poseer un

equipo *smart* de cuarta generación y un plan fijo de banda ancha móvil. Este servicio ya llega a las 24 capitales del país, es decir, más del 60% del territorio nacional, lo que hace al Perú el quinto país latinoamericano en poseerla. Por ello, el mercado de banda ancha de Claro creció 150% el último año, e incluye su incursión en los servicios de banda ancha en hogares.

Acceso al Servicio y Banda Ancha

Pero la posibilidad de acceso a estos servicios requiere además infraestructura adecuada para el funcionamiento de los operadores, asunto urgente si comparamos las cifras. Así, pese a que el mercado de las TIC ya representa el 1.2% de nuestro PBI (US\$ 1,860 millones), seguimos en el puesto 81 en cuanto a usuarios con acceso a banda ancha. Y es que en Perú solo tres de 100 habitantes cuentan con banda ancha, mientras la media



Solo el desarrollo de más infraestructura de telecomunicaciones permitirá una mayor y mejor cobertura de servicios de banda ancha, sobre todo en el interior.

sudamericana es de nueve. De otro lado, la penetración promedio de redes de datos de tercera generación en la región es de 12%, mientras que acá es de 3%; ello sin contar la cuarta generación, que se viene incorporando.

Por eso, solo el desarrollo de más infraestructura de telecomunicaciones permitirá una mayor y mejor cobertura de servicios de banda ancha, sobre todo en el interior. Y es que la banda ancha

se encarga de desplegar las redes móviles e Internet a través de las redes y señales de transporte. Es decir, las operadoras necesitan instalar antenas y torres para dar el servicio de banda ancha, lo que requiere a su vez de tendidos de fibra óptica, redes y subasta de más espectros radioeléctricos, sin los cuales no se puede licitar nuevos espacios de banda ancha. En suma, un aumento del 10% en el potencial de banda ancha mejorará en 1.3% el PBI.

En esa medida, el Estado, a través del Consejo Nacional de Competitividad, viene asumiendo el rol que le corresponde, y se ha trazado como meta para los dos próximos años 400,000 nuevas conexiones de banda ancha móvil y llegar a alrededor de 2,850 nuevos centros poblados. Para ello viene impulsando nuevos proyectos, como el tendido de fibra óptica rural de Juliaca a Puerto Maldonado, otorgado a Claro; la concesión de banda ancha para localidades aisladas (BAS) en el centro y sur del país, otorgada a Telefónica; y el proyecto de fibra óptica Tocache-Yurimaguas, entre otros. A su vez, hay cuatro nuevas licitaciones de bandas anchas para telefonía móvil en cierre, lo que permitirá a corto plazo una importante penetración de banda ancha, en especial para la creciente demanda generada por la llegada de los móviles inteligentes, además de mejorar la calidad del servicio y reducir las tarifas. Así, se entregará en concesión las bandas 899-915 MHz y 944-960 MHz en Lima y Callao, respectivamente, y las bandas 902-915 MHz y 947-960 MHz en el resto del país.

De esta manera, junto con el concurso estatal y el de los proveedores, se requiere más inversión de los propios operadores, por lo que las empresas del rubro han fijado invertir US\$ 1,200 millones en conjunto para los próximos cinco años. ■