LA TELEFONÍA MÓVIL CELULAR SU ROL EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

José Fernando Bautista Quintero
Presidente Asociación de la Industria Celular

LA BRECHA DIGITAL

- ¿Qué es la Brecha Digital?
  - Tradicionalmente se ha definido como la que existe entre quienes tienen o no acceso a las TIC

- ¿A qué conlleva la Brecha Digital?
  - A la exclusión de muchos colombianos de la Sociedad de la Información, y con ello, del desarrollo

- ¿Qué es la Sociedad de la Información?
  - Conjunto de actividades industriales y económicas
  - Comportamientos sociales
  - Actitudes individuales
  - Formas de organización políticas y administrativas
  - Que son, todas, producto del uso de las TIC

EL PRIMER ESLABÓN: EL SERVICIO UNIVERSAL

- ¿Qué es?
  - Hace relación a la idea de universalización de la prestación de servicios de telecomunicaciones

- ¿Qué implica?
  - El suministro de servicios de telecomunicaciones a un precio asequible y con alta calidad, a los segmentos más vulnerables de la población

- ¿Cómo se ha desarrollado tradicionalmente en Colombia?
  - Soluciones individuales
  - Soluciones comunitarias
  - En ambos casos a través de la TPBC

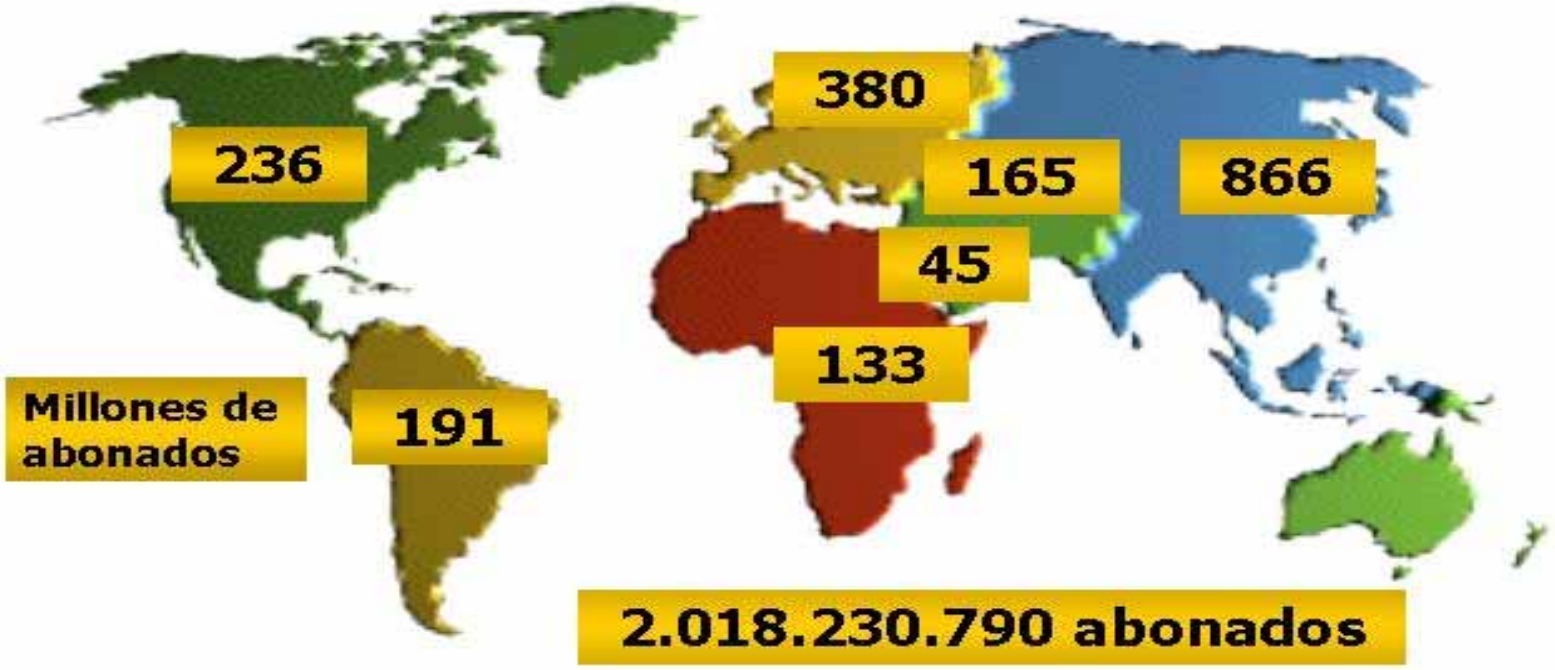
- Pero es necesario mirar hacia el futuro...

¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO?

Fuente : EMC World Cellular Database 24.5.04

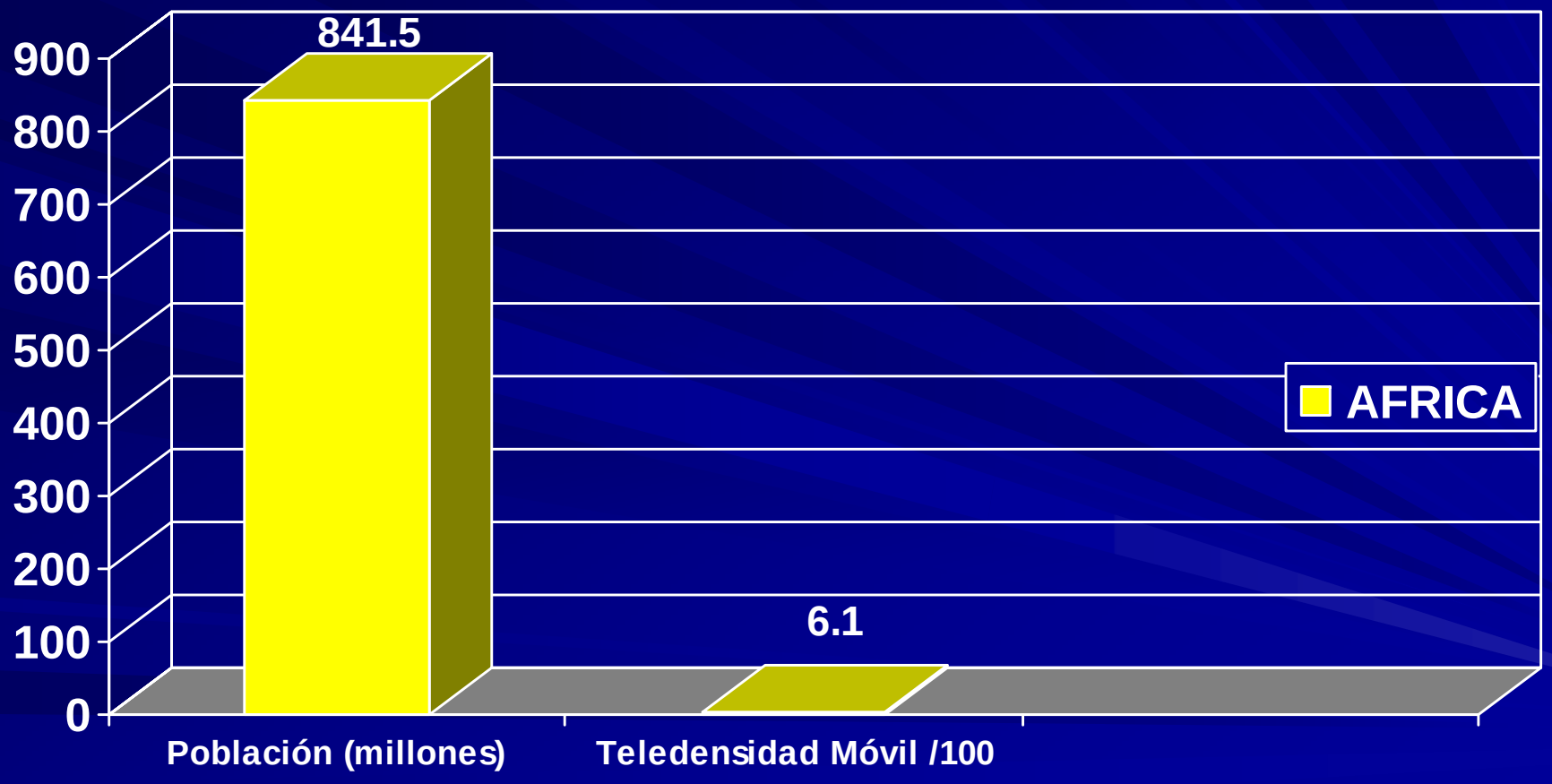
¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO?

Proyección de abonados globales por región del mundo- 2006



Fuente: EMC World Cellular Database, sept 2002

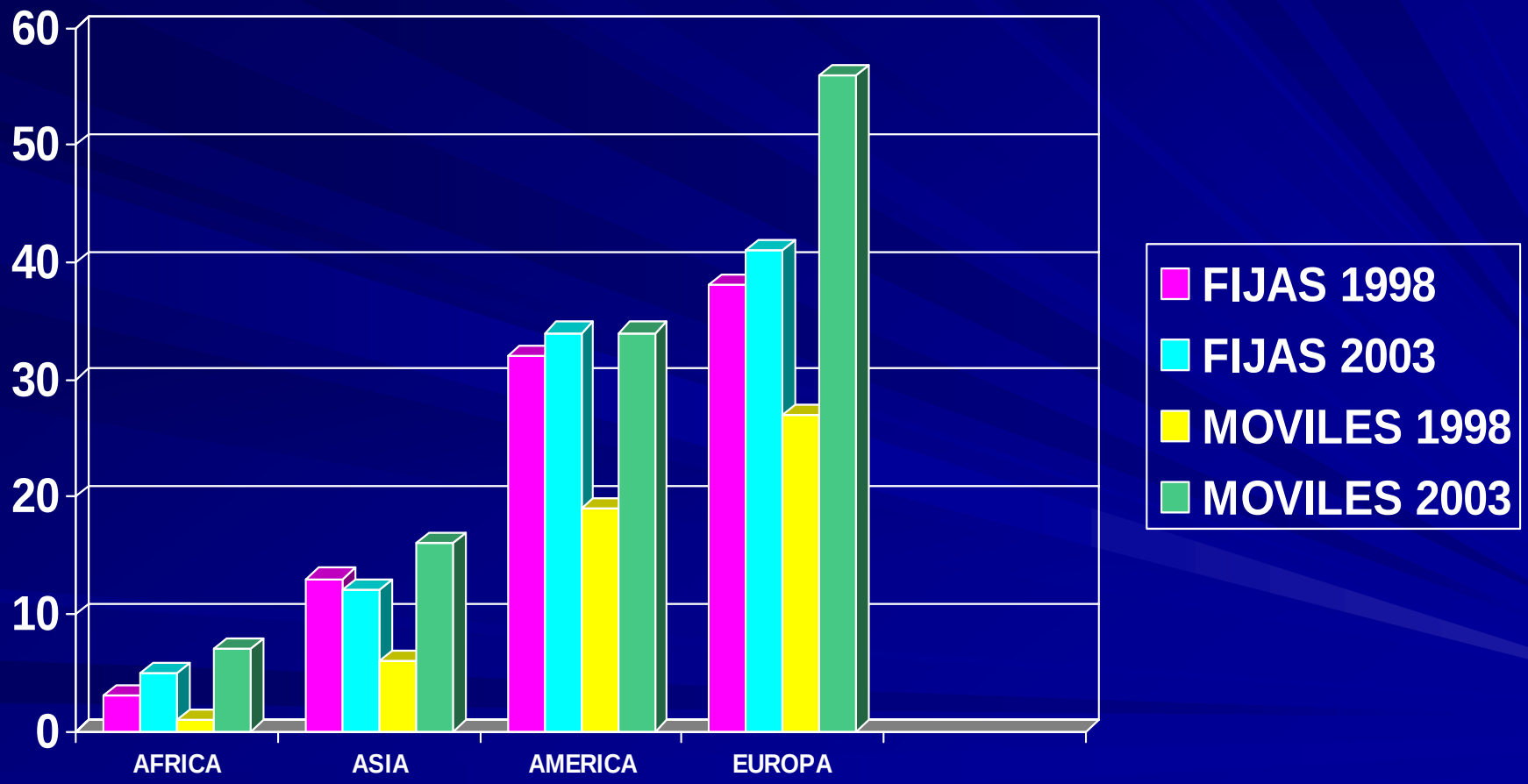
Tasa de penetración móvil en África



Fuente: UIT African Telecomunicación Indicators (2004)

ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

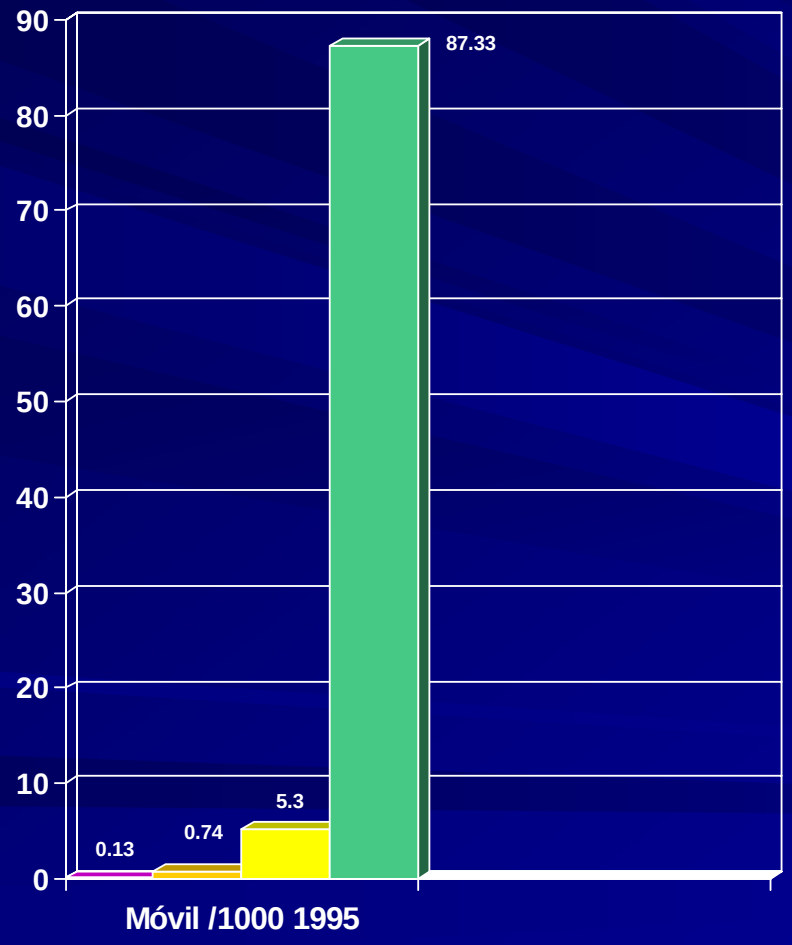
LINEAS FIJAS Y MOVILES POR CADA 100 PERSONAS, 1998 Y 2003

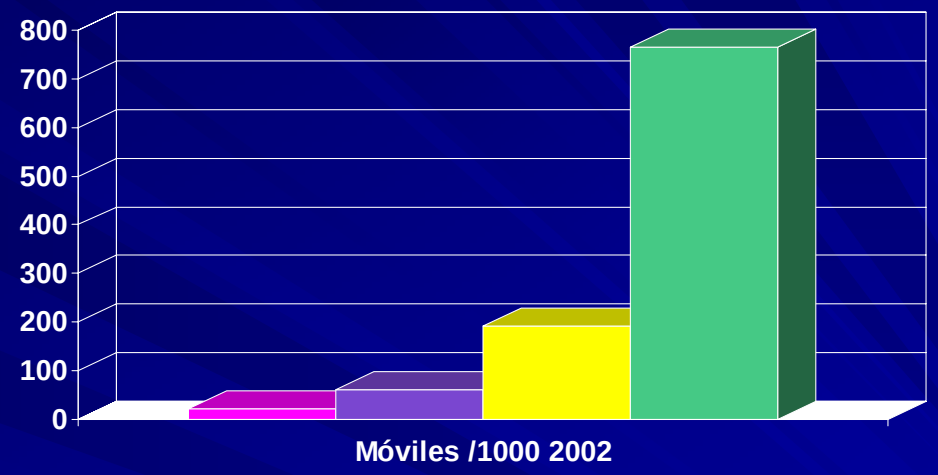


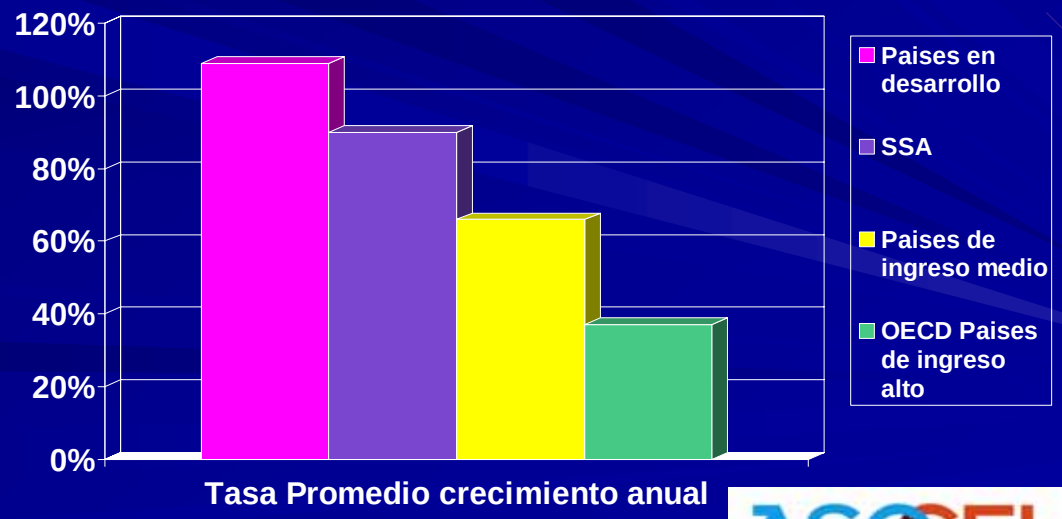
FUENTE: The Vodafone Police Paper Series Number 2 de mayo de 2005

ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

CRECIMIENTO EN PENETRACIÓN MÓVIL POR GRUPO DE PAÍSES







FUENTE: WDI (2004), FRONTIER ECONOMICS

ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL ÚTIL ÁFRICA

•La importancia del análisis Sudáfrica-Tanzania-Egipto:

- Las comunidades estudiadas no correspondían siquiera al estándar rural de los países analizados

- El continente africano se destaca por su excepcional crecimiento móvil en los últimos 5 años:

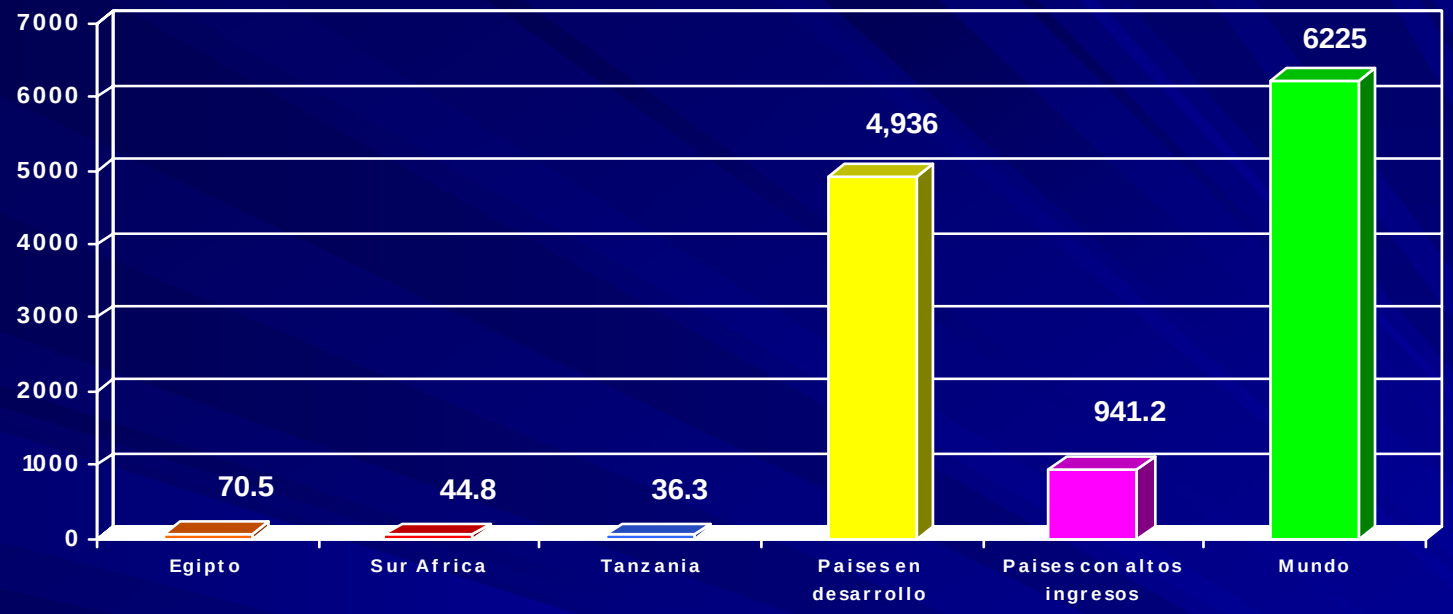
  - A finales de 2003 existían 52 millones de usuarios móviles contra 25 de usuarios fijos

  - Un incremento del 1000% en 5 años

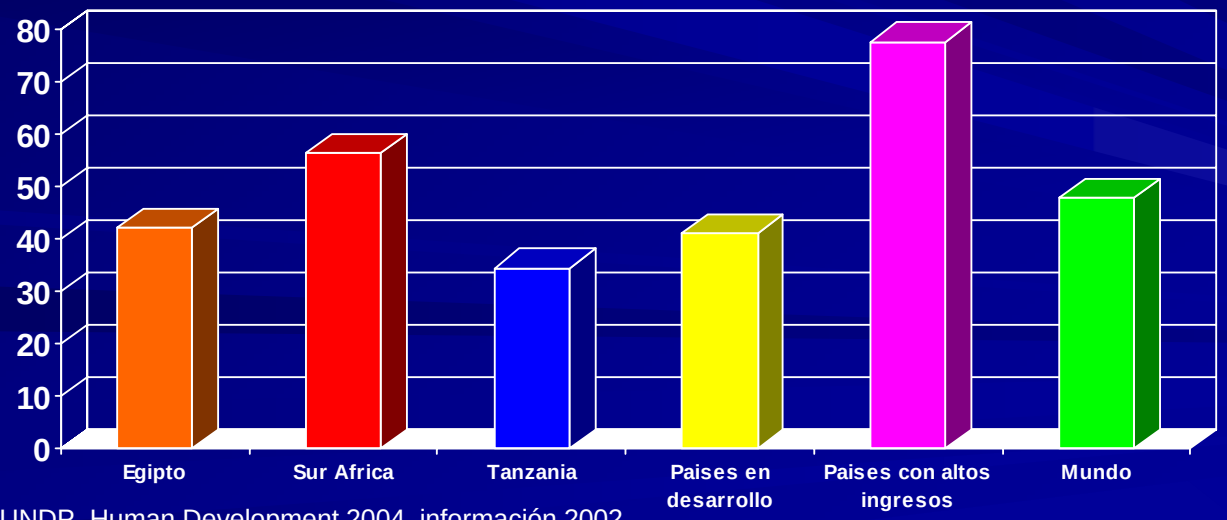
INFORMACION BASICA EGIPTO, SUR AFRICA Y TANZANIA

ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

POBLACION



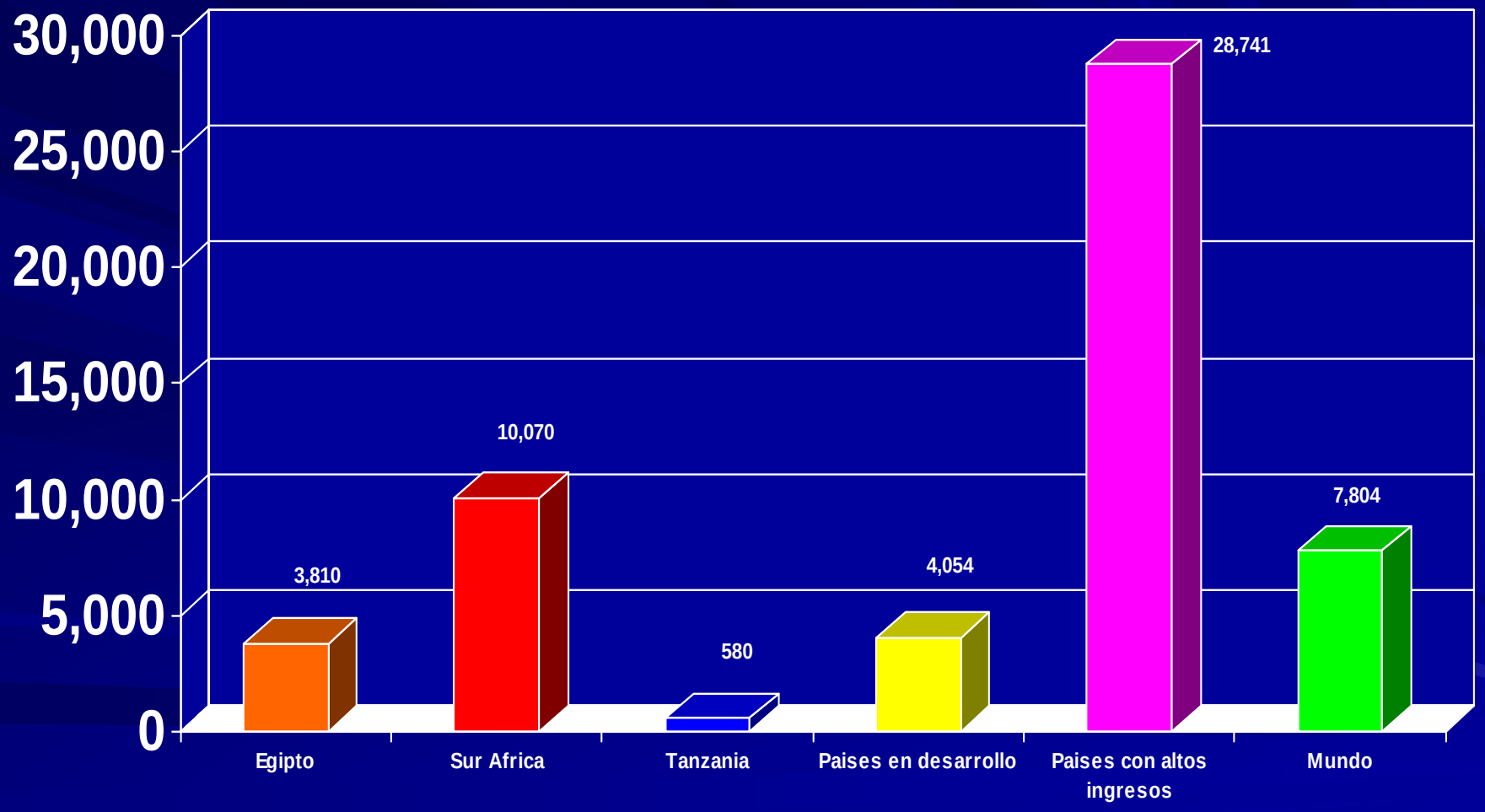
PORCENTAJE URBANO



FUENTE: UNDP, Human Development 2004, información 2002

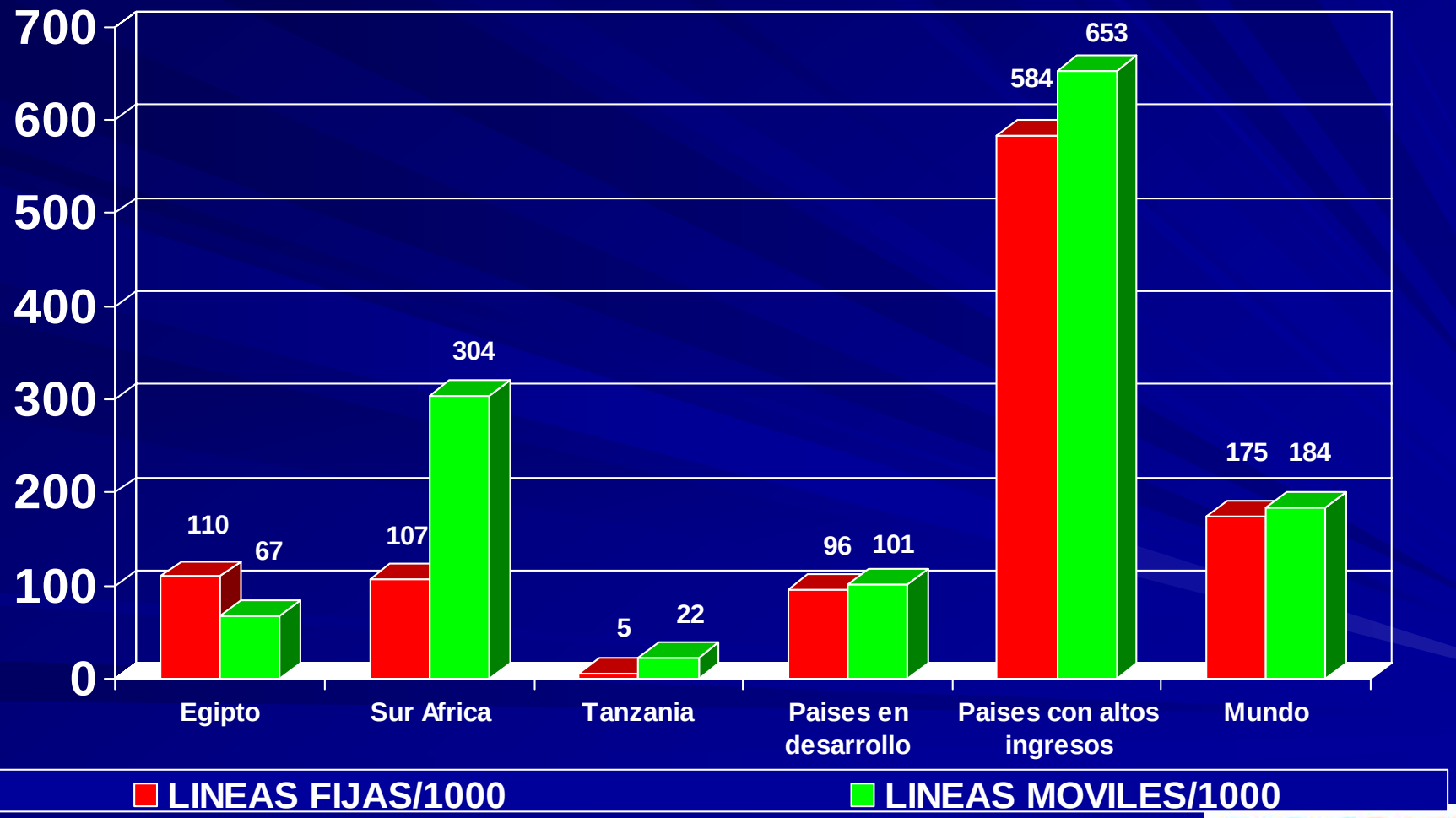
ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

PER CAPITA



ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

LINEAS FIJAS Y MOVILES POR CADA 1000 HABITANTES



ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL ÚTIL

- **Conclusiones del estudio:**
  - Los servicios móviles han generado considerables beneficios en las comunidades rurales
  - Personas de todos los niveles de ingreso pueden tener acceso a servicios móviles
  - El nivel de ingreso influye en el nivel de consumo, pero no en el acceso al servicio
  - Los servicios móviles están lejos de ser considerados bienes suntuarios

UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL ÚTIL

- **Conclusiones del estudio:**
  - Ni el género, ni la edad ni la educación constituyen barreras de acceso
  - Como impacto social y económico se tiene:
    - Los servicios móviles han reducido la necesidad de viajes de cualquier tipo
    - La facilidad de contacto entre familiares ha mejorado sustancialmente dicho tipo de relaciones

UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL ÚTIL

- Los servicios móviles han provisto un mejor acceso a la información de negocios

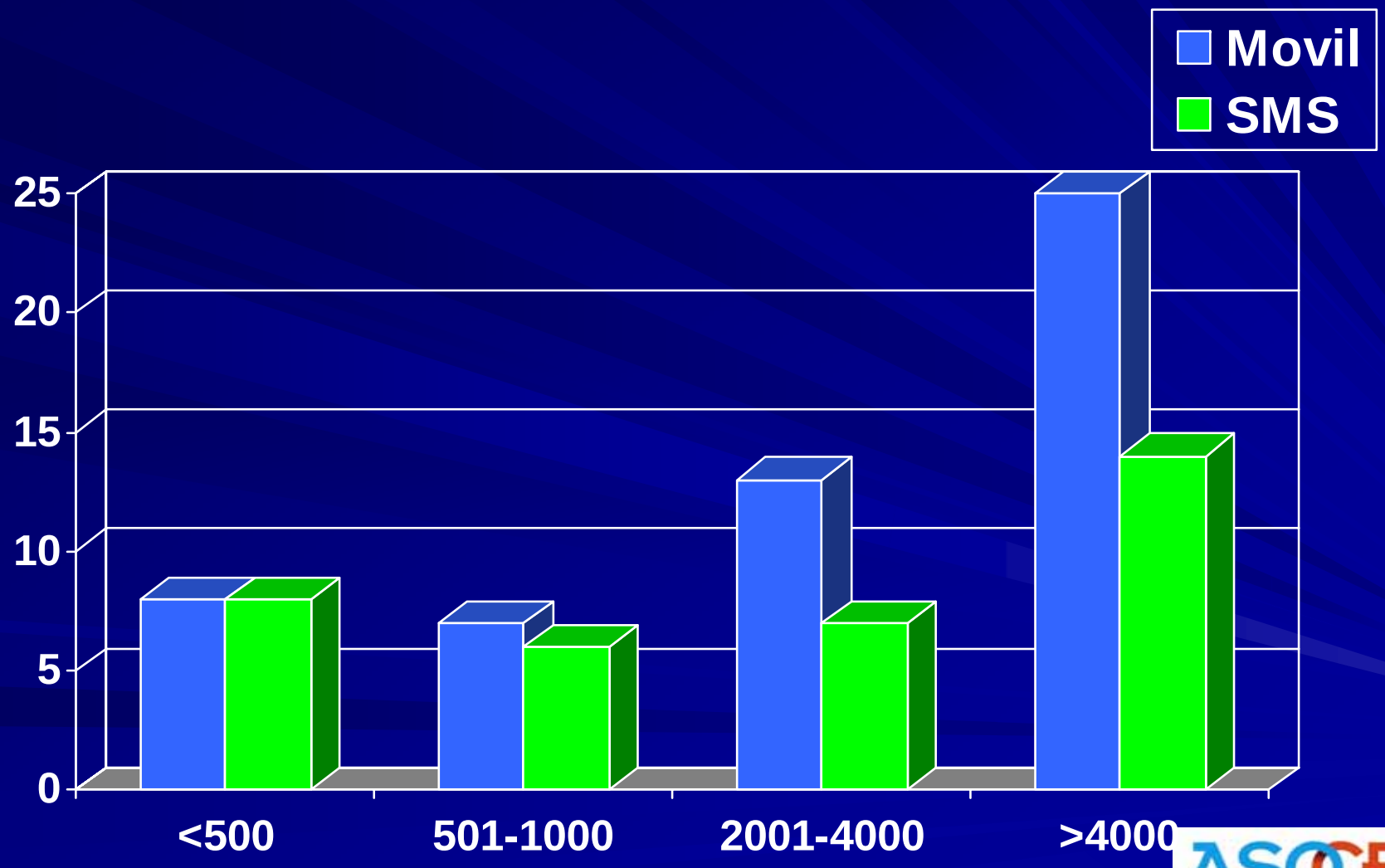
- Igualmente han facilitado la búsqueda de empleo

- El servicio móvil es el único método de comunicación de los pequeños negocios

- Igualmente ha traído altas utilidades, mayor volumen de negocios y ha incrementado la eficiencia en los mismos.

- Iguales conclusiones arrojó el estudio realizado por Ovum en el 2005, respecto de los beneficios económicos de los servicios móviles en la India

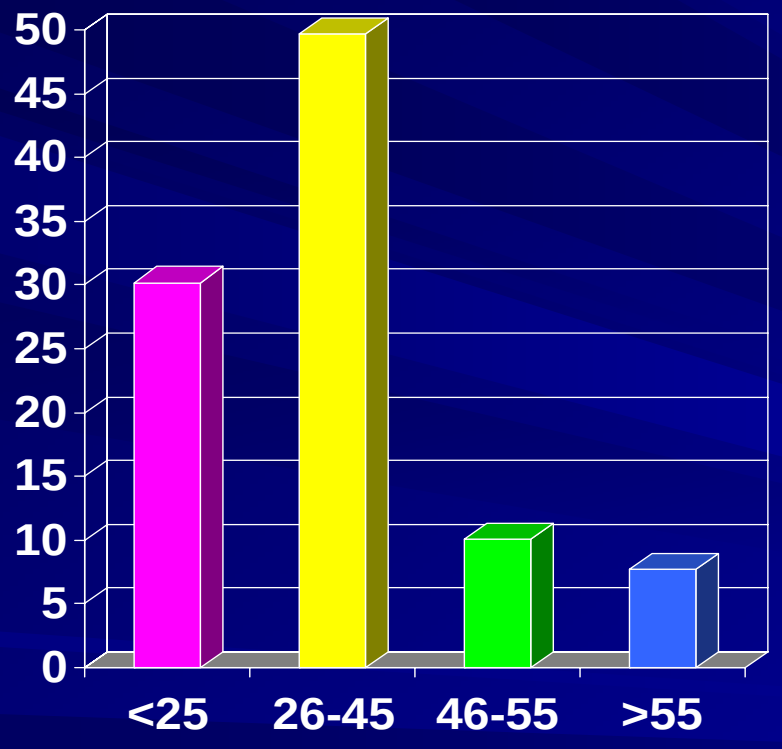
RELACION NIVEL DE INGRESO-CONSUMO SURAFRICA



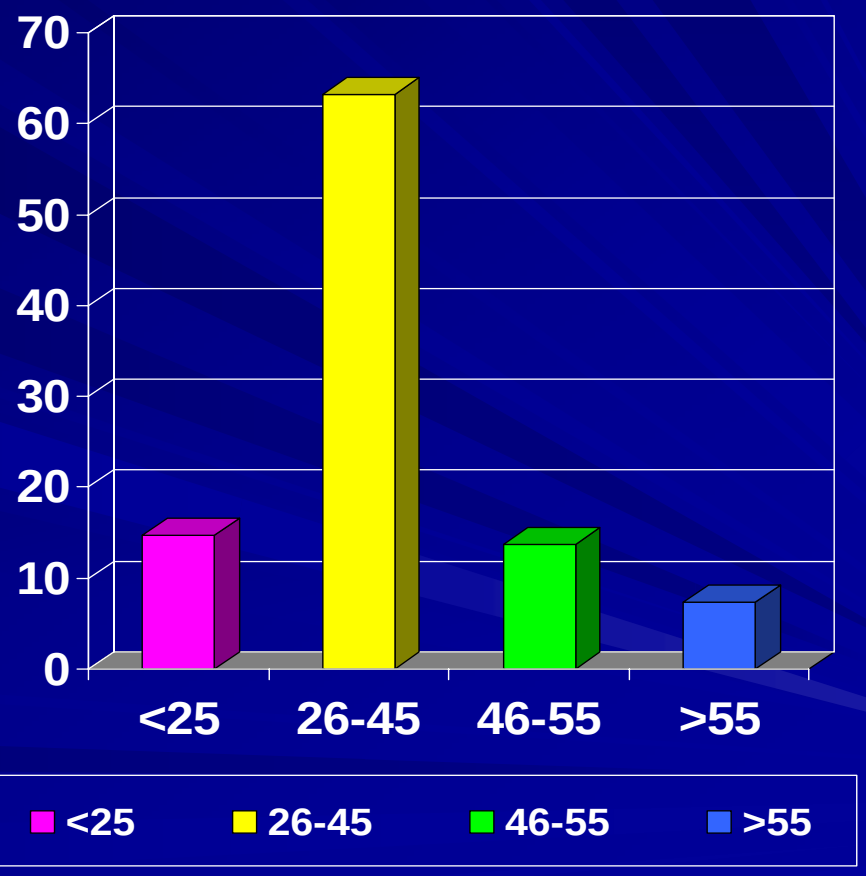
ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

INDICADORES POR EDAD

SURAFRICA



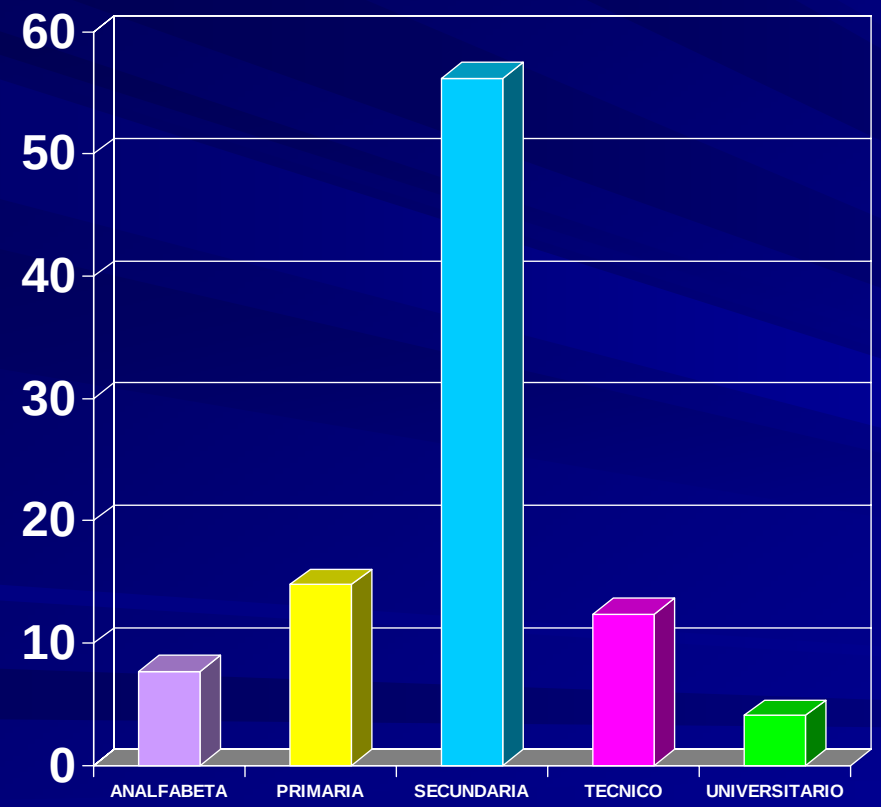
TANZANIA



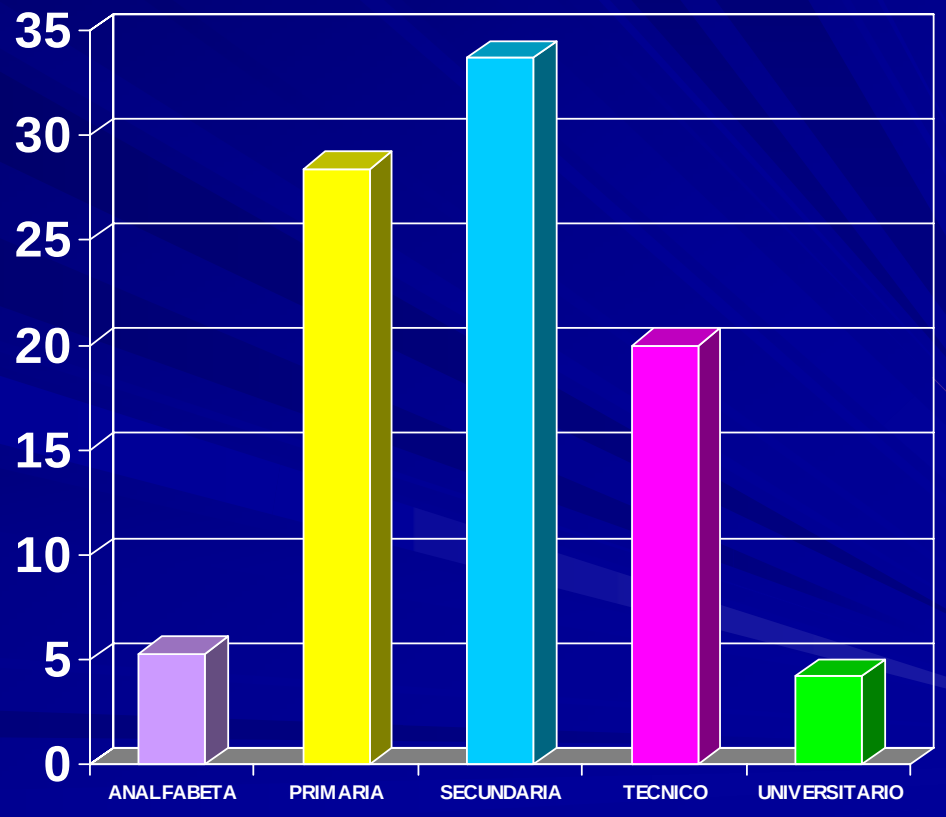
ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

INDICADORES POR NIVEL DE EDUCACÍON

SURAFRICA



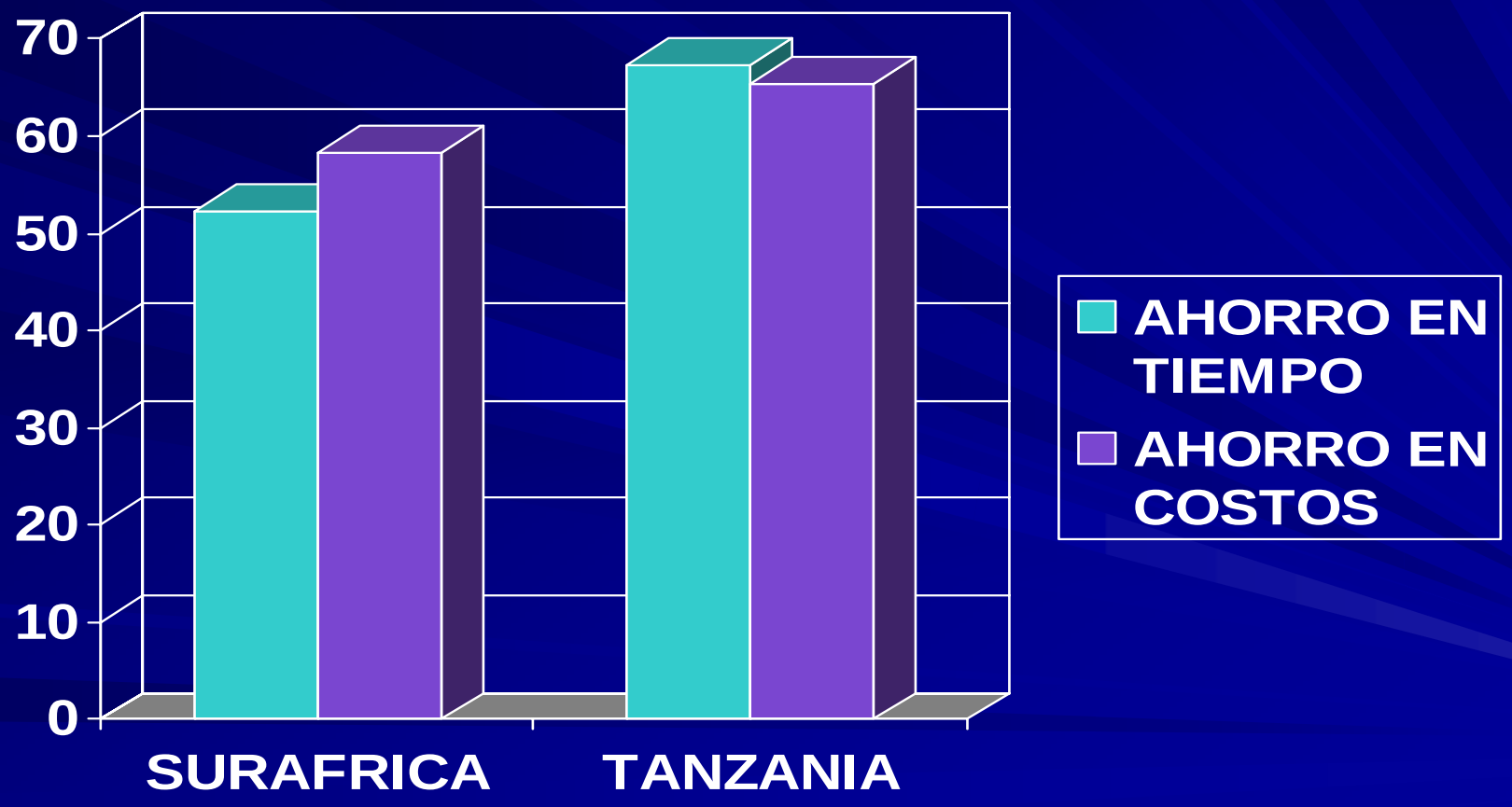
TANZANIA



ANALFABETA PRIMARIA SECUNDARIA TECNICO UNIVERSITARIO

ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

AHORRO EN TIEMPO Y COSTOS DE VIAJE.



ASOCEL
Asociación de la Industria Celular de Colombia

¿POR QUÉ EL ÉXITO DE LOS MÓVILES EN AREAS RURALES?

- Más bajos costos de instalación y mantenimiento que la industria fija

- Existe mayor rapidez en construcción y puesta en funcionamiento de infraestructura

- Mayor facilidad de cubrimiento en áreas de difícil acceso

- Menos vulnerabilidad en caso de desastres naturales

- Mayores externalidades de red que en telefonía fija

¿POR QUÉ EL ÉXITO DE LOS MÓVILES EN AREAS RURALES?

- Mayor maniobrabilidad en modelos de negocio
- Menos requerimientos de habilidades que las que se necesitan para el uso de computadores
- Menores barreras de acceso para la adquisición de terminales
- Reducción en los costos de transacción (ejemplos):
    - Los campesinos y pescadores pueden chequear el mercado antes de vender

¿POR QUÉ EL ÉXITO DE LOS MÓVILES EN AREAS RURALES?

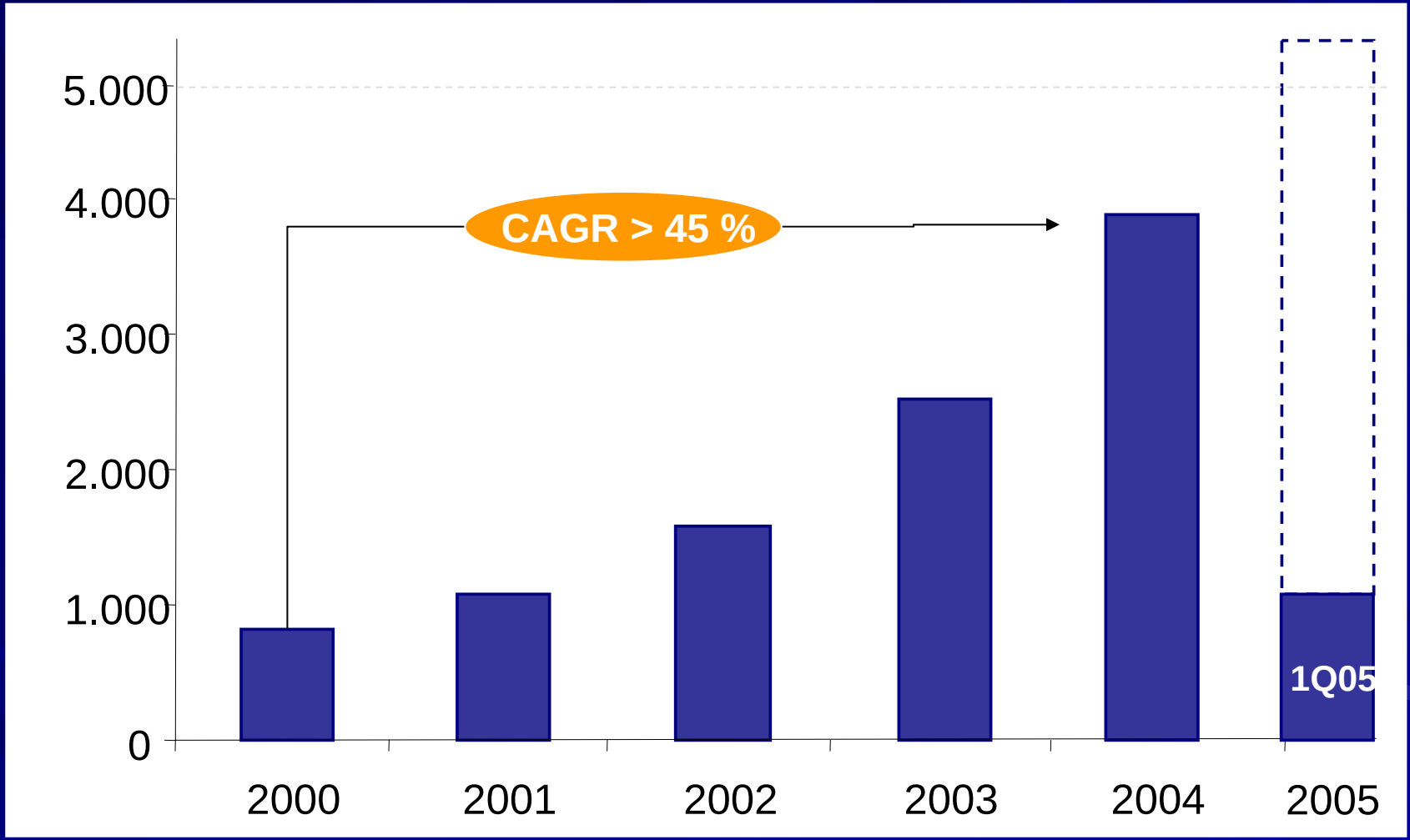
- Reducción en los costos de transacción:
  - Los dueños de pequeños negocios adquieren su mercancía reduciendo costos al usar el servicio
  - Se hace más fácil buscar trabajo, evitando desperdicio de tiempo y dinero en viajes

¿A ELLO QUÉ SE SUMARÍA?

- La generación de contenidos facilitada por las actuales y futuras tecnologías móviles
  - Reproducción de videos
  - Streaming de videos
  - MMS de videos
  - Download de archivos de gran tamaño
  - Tiempo real
- La Banda Ancha inalámbrica
- Velocidad de acceso a Internet mejorada

¿Y LOS SERVICIOS MÓVILES EN EL ESQUEMA DE UNIVERSALIZACIÓN DEL SERVICIO EN COLOMBIA?

Ingresos de la industria móvil (COP $ miles de millones)



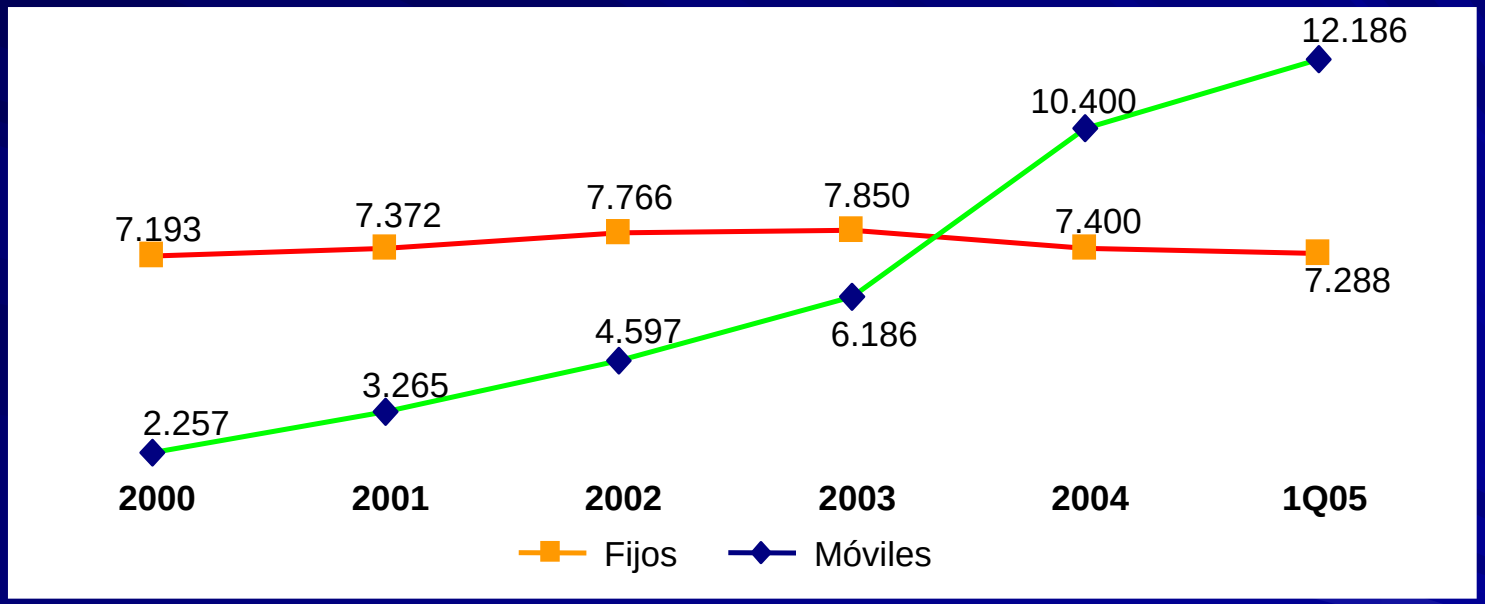
La industria móvil aporta alrededor del 1,7% del PIB nacional

Fuente: Asocel

Suscriptores móviles y líneas fijas en servicio

Penetración móvil: 27%

Penetración fija: 16%

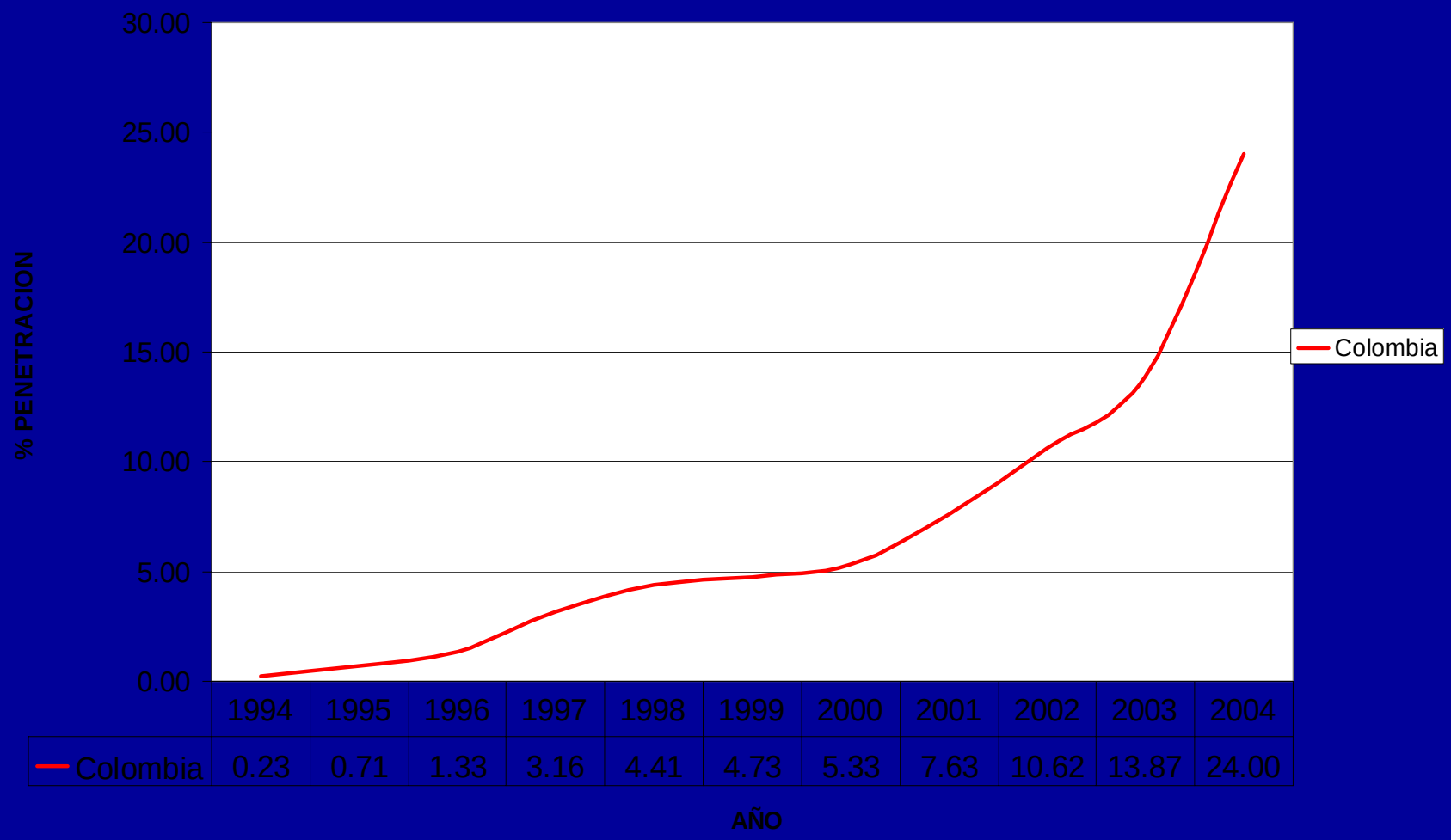


Penetración móvil: 5,3%

Penetración fija: 17%

Fuente: Ministerio de Comunicaciones- Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios

CRECIMIENTO DE TM EN COLOMBIA



	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Colombia	0.23	0.71	1.33	3.16	4.41	4.73	5.33	7.63	10.62	13.87	24.00

Fuente: Asocel

Aumento en la cobertura

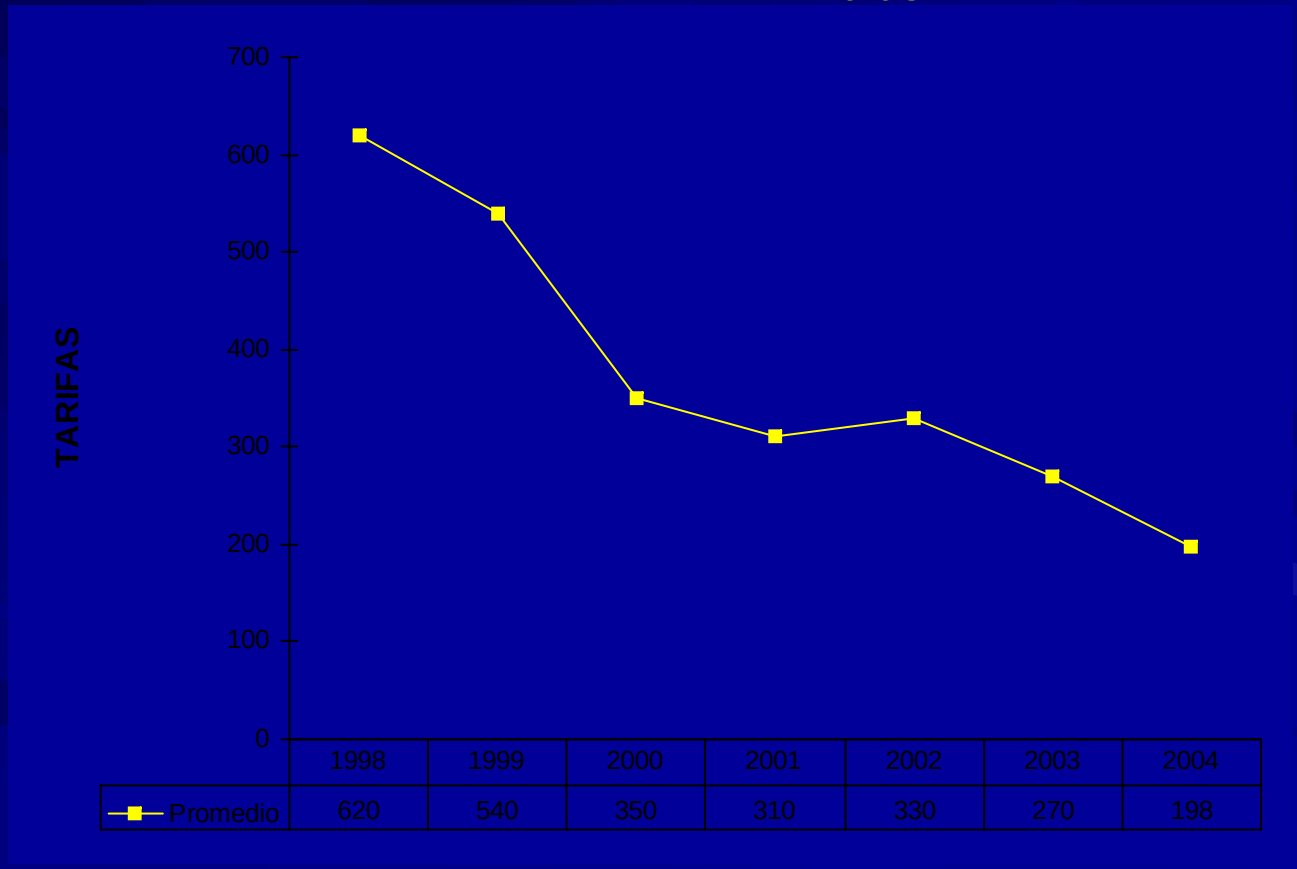
- Actualmente la industria celular cubre más de 700 municipios
- El próximo año la industria celular prestará servicio en aproximadamente 4.200 kms adicionales de carreteras

El crecimiento sólo es posible con inversión

- La industria celular ha invertido en los últimos tres años alrededor de US$ 1.500 millones
- Sólo en el 2005 la inversión de la industria móvil será de aproximadamente US$ 600 millones
- En el 2004, de los US$ 1.600 millones de inversión en tecnología del sector productivo, la industria celular aportó alrededor de US$ 300 millones

EVOLUCIÓN TARIFARIA DE TM EN COLOMBIA

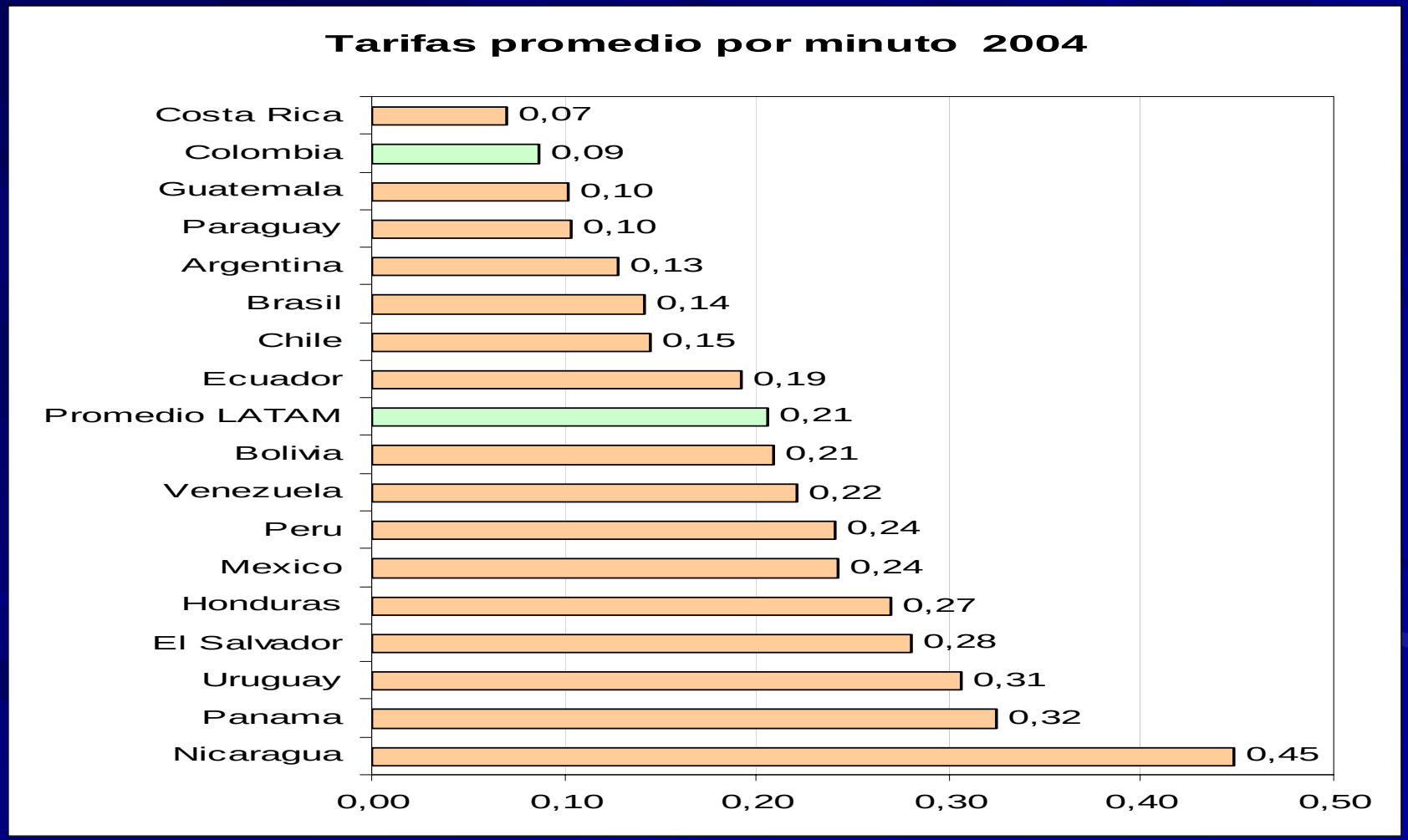
Tarifa promedio en pesos por minuto



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Promedio	620	540	350	310	330	270	198

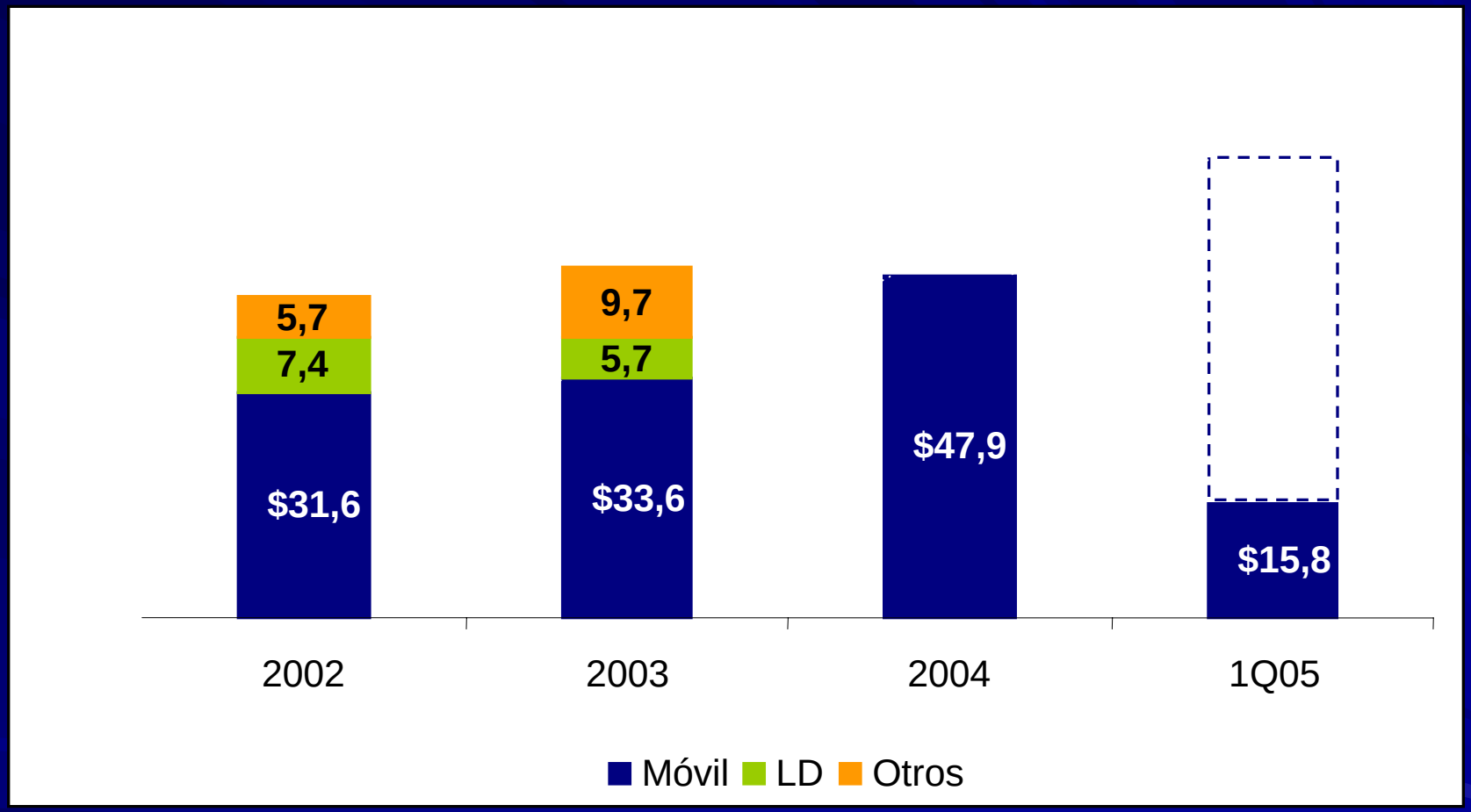
Fuente: Asocel

PROMEDIO TARIFAS DE TELEFONIA MOVIL



Fuente: Pyramid Research / Valores en dólares

Aportes al Fondo de Comunicaciones (US$ millones)



Los aportes de la industria móvil al Fondo de Comunicaciones desde 1998 superan los US$ 340 millones

Fuente: Asocel

Pero existen limitantes!

Alta carga impositiva

De una tarjeta de $10.000

$2.000	IVA
$500	Aporte al Fondo de Comunicaciones (Costo por uso del espectro)
$700*	Otros impuestos

Valor real: $6.800

*Valor aproximado

- Falta de unificación normativa para el despliegue de redes a nivel territorial.
- Buena parte de las contraprestaciones pagadas por los operadores móviles, se van para el Tesoro Nacional, y no se reinvierten en el sector
- La alta carga regulatoria no es siempre la mejor forma de proteger al usuario; es la libre competencia.

CONCLUSIONES

- Es claro que no ha existido una política pública que involucre a los servicios móviles en el desarrollo de servicio universal

- No obstante, es evidente que existen factores que hacen de los servicios móviles la herramienta idónea para cerrar la brecha digital

- La competencia, y por tanto la baja carga regulatoria que ella implica, es presupuesto necesario para lograr metas adecuadas de penetración

- En aquellos lugares donde la competencia no fluya, se hace necesario que el Estado concurra con la Industria Móvil para cerrar la brecha, de acuerdo con una política pública predefinida

CONCLUSIONES

- La política pública que en esta materia debe elaborarse, debe contener:

  - Que el pago de las contraprestaciones del 5% a cargo de los operadores móviles, se cambie por obligaciones de cubrimiento de servicio

  - Que todos los operadores –incluidos los de TPBCL- contribuyan al Fondo de Comunicaciones con el 4% de sus ingresos brutos, de forma tal que en un plazo de 3 años, las tarifas de dicho servicio para estratos 1 y 2 reconozcan el costo de su prestación, y se eliminen los subsidios.

  - Que dentro de los mencionados 3 años, el 50% de los recursos deben destinarse a servicio universal a través de operadores distintos a los de TPBC

CONCLUSIONES

- Al cabo de los 3 años, los recursos del Fondo, en su totalidad, deberán destinarse a servicio universal a través de todos los operadores

- Y que sea la libre competencia la que permita al usuario de estratos bajos, escoger la mejor tarifa entre todos los servicios