

Mensajería móvil en España

Febrero 2002

Los servicios de mensajes por teléfono han supuesto un éxito inesperado para las operadoras y han generado ingresos millonarios. Ahora nos enfrentamos a MMS, los nuevos servicios multimedia de mensajería móvil.

Índice de contenidos

1. Introducción	1
2. SMS – la tabla de salvación de las operadoras	2
3. MMS – el futuro de los mensajes por teléfono	6
4. Conclusiones	8

Índice de gráficos

Gráfico 1. El negocio del SMS en España	3
Gráfico 2. Previsión de utilización de servicios MMS	6

1. Introducción

Durante el año 2001, los españoles enviaron más de 10.000 millones de SMS. Los ingresos por este tipo de servicios supusieron entre un 8 y un 11 por ciento de los ingresos totales de las operadoras españolas.

El éxito de los servicios de mensajería móvil ha superado todas las expectativas y ha dado lugar a nuevas iniciativas que incluyen, entre otras cosas, participación en tiempo real en programas de televisión.

Pero el futuro de la mensajería móvil pasa por el servicio MMS que permite el envío de imágenes de alta calidad, sonido e incluso vídeo.

2. SMS – la tabla de salvación de las operadoras

El envío de SMS ha dejado de ser un fenómeno sociocultural entre los segmentos más jóvenes de la población para convertirse en un auténtico negocio que tiene como pilares básicos la innovación y los acuerdos de colaboración entre las diferentes empresas del sector de las comunicaciones móviles.

Y es que pocos podían imaginar que un servicio de datos como SMS, con la limitación de espacio de 160 caracteres, pudiese convertirse en la tabla de salvación de las operadoras de telefonía móvil en estos tiempos de crisis económica. El boom de los mensajes cortos ha sorprendido incluso a las operadoras, que no esperaban un éxito de estas dimensiones. Los ingresos por este tipo de servicios ya supusieron en el año 2001 entre un 8 y un 11 por ciento de los ingresos totales de las operadoras españolas.

El fenómeno de los SMS demuestra, en su simplicidad, las enormes posibilidades de la utilización del teléfono móvil para servicios de datos.

El éxito de la mensajería móvil

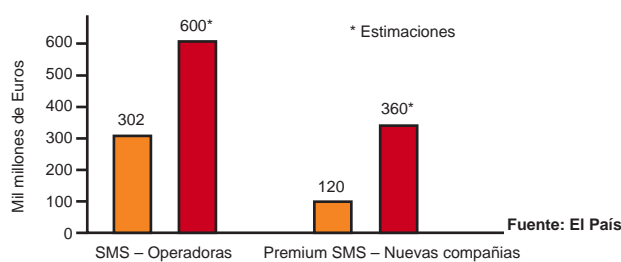
Desde hace poco más de un año España está viviendo una explosión del fenómeno de los mensajes cortos (SMS) a través del móvil que se traduce en un creciente negocio. En apenas unos meses se han creado más de cuarenta empresas que se dedican al envío de logos, sintonías o juegos para móviles y cuentan con ingresar este año 360 millones de euros, gracias en parte al auge de los concursos de televisión.

Algunas de las razones de este éxito las encontramos en su bajo precio y en su sencillez, además se trata de una funcionalidad incluida en todos los terminales móviles, independientemente de la marca o modelo, incluso los de gama baja. La forma de tarificación ha facilitado también la expansión de este servicio; los usuarios no tienen que hacer uso de la tarjeta de crédito ni dar sus datos bancarios.

Además de la mensajería entre usuarios se han incorporado otras aplicaciones como alertas a los usuarios para avisarles de nuevos mensajes, ofertas de última hora, noticias, etc. Este servicio se conoce como premium SMS, y en él las operadoras han encontrado otra fuente de ingresos, pues el precio de estos

mensajes supera al de los SMS comunes.

Gráfico 1 El negocio del SMS en España



La popularización del SMS se está traduciendo también en crecientes ingresos para las operadoras de móviles.

Los mensajes cortos y la televisión

De la explosión de este tipo servicios dan buena cuenta los datos de programas de gran audiencia como Gran Hermano, emitido por Tele5, que en los dos días finales de su última edición logró un millón de mensajes. Una cifra, que según los operadores, está siendo ampliamente superada por Operación Triunfo, que emite Televisión Española y que, en momentos de máxima audiencia (la gala de los lunes) consigue puntas de más de 1.000 mensajes por minuto.

La clave radica en la posibilidad que tienen los espectadores de poder interactuar con el desarrollo del programa en tiempo real.

La descarga de logos y melodías se puede considerar un fenómeno similar, aunque presenta un pequeño handicap, la necesidad de disponer de un móvil preparado para la edición de este tipo de servicios. En este sentido, hasta hace poco tiempo era prácticamente imprescindible disponer de un modelo de Nokia para poder acceder.

Aplicaciones SMS

Son múltiples los ejemplos de las nuevas aplicaciones de los SMS, entre las que podemos destacar:

- En Alemania, la empresa Materna, en colaboración con E-Plus lanzó en Mayo

de 2001 un servicio que enviaba mensajes SMS sobre los episodios de los culebrones.

- Juegos a través de SMS, como ¿Quiere ser millonario? y UEFA Champions League, desarrollados por el Grupo de Entretenimiento y Contenidos de Motorola y ofrecidos por Telefónica Móviles.
- Iniciativas solidarias como la de GSMBox y la ONG Ayuda en Acción para favorecer un proyecto de educación y alfabetización de adultos.
- Iniciativa del fabricante de móviles Nokia con Nokia Game.
- Lanzamiento de Terra Mobile y RTVE de un servicio de chat y dedicatorias que combina los mensajes SMS y el teletexto.
- Telefónica Movistar ha lanzado, en exclusiva para España, servicios de información y entretenimiento a través del móvil basados en El Señor de Los Anillos. Los usuarios de Telefónica Movistar pueden jugar y descargar en su móvil logos, tonos e imágenes relacionadas con la película.
- Dentro de los servicios de mensajería más tradicionales encontramos AmenaMigrupo, que permite enviar un mensaje simultáneamente a todos los miembros del grupo y conocer la posición de cada componente del grupo.

Algunos datos sobre SMS

- El 15% de los usuarios de móviles en España envía más de diez mensajes SMS al día. (*Estudio GSM Box*)
- El 33% envía una media de 5 mensajes al día. (*Nokia*)
- Durante 2001 se enviaron más de 250.000 millones de SMS
30.000 millones de SMS enviados durante las navidades. (*GSM Association*).
- En diciembre de 2000 se enviaron 15.000 millones de SMS.
(*Wapeton*)

- Sep. 2001: 8 de cada 10 usuarios de móviles españoles hacen uso del servicio de mensajes cortos escritos al menos una vez al día. (*Feedback*)
- En España se envían 20 millones de mensajes al día.
- En todo el mundo se procesan 18.000 millones de mensajes al mes.
- Durante el año 2001, los españoles enviaron más de 10.000 millones de SMS. Cada abonado de una operadora de móvil envía más de 26 mensajes al mes como media.
- El 40% de las comunicaciones de los usuarios de Telefónica móviles corresponde a SMS. (*Europa Press*)
- En 2000, Movistar gestionó el envío de 2.276 millones de SMS. En el primer trimestre de 2001 esta cifra aumentó un 215%.
- En 2001 los SMS supusieron entre el 8 y el 11% de los ingresos de las operadoras móviles. (*Estudio Mobinet 3, A.T. Kearney Nov. 2001*)
- Los servicios de mensajería SMS están penetrando en los adultos de edad media. En la franja de 35 a 54 años el estudio ha señalado un aumento de un 20%, frente a un 14% para los mayores de 55 años. (*Estudio Mobinet 3, A.T. Kearney Nov. 2001*)
- Operación Triunfo: 320 millones de llamadas y SMS a lo largo del programa.
- Italia: Más de 256 millones de SMS enviados en las navidades 2001.

3. MMS – el futuro de los mensajes por teléfono

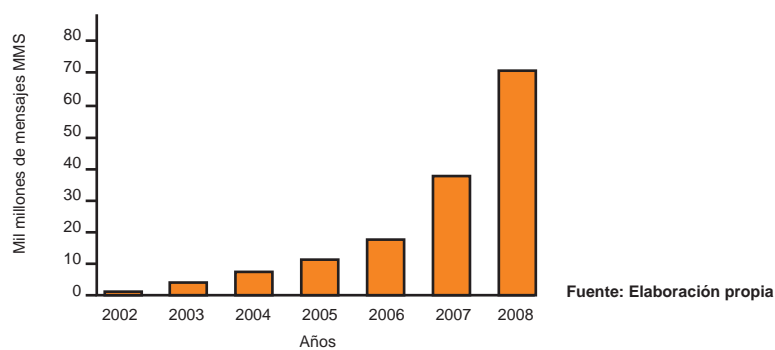
El antecedente de los SMS fue el correo electrónico, la “killer application” de Internet se adaptó enseguida a la telefonía móvil. Así, los teléfonos móviles disponían desde 1995 de la tecnología necesaria para el envío de SMS, pero no fue hasta el año 2000 cuando empezó a utilizarse este servicio de forma masiva. El éxito de este servicio, a pesar de la limitación del espacio, ha sido rotundo.

El paso siguiente lo encontramos en MMS, Multimedia Message Services y el futuro en mensajería a través de móviles. Esta tecnología, basada en WAP 2.0 y compatible no sólo con GSM sino también con GPRS y UMTS, permite el envío de un mayor volumen y formatos de datos como imágenes de alta calidad, sonido e incluso video.

Se trata de la evolución lógica del servicios SMS y de las tecnologías que lo soportan. El correo electrónico permite el envío de grandes volúmenes de información y la mensajería móvil va por el mismo camino.

Actualmente Ericsson T68 es el único teléfono que lo incorpora pero se prevé que las operadoras españolas empezarán a soportar MMS antes del verano de 2002. Nokia saldrá al mercado de los teléfonos MMS con el Nokia 7650 y asegura que la mitad de los teléfonos que lance este año incluirán este servicio.

Gráfico 2 Previsión de utilización de servicios MMS



Se prevé que en 2008 el tráfico de mensajes MMS alcanzará los 65.000 millones.

MMS encontrará un mercado maduro que conoce las posibilidades de la tecnología móvil y que demanda nuevos servicios. Así, aunque debemos ser prudentes a la hora de hablar del futuro de MMS, se prevé que en 2006 se enviarán unos 20.000 millones de MMS, y que en 2008 esta cifra aumentará hasta los 65.000 millones.

En cualquier caso, las operadoras y proveedores de MMS deberán prestar especial atención a su política de precios en el lanzamiento de estos servicios, un coste elevado puede repercutir directamente en el retraso de la expansión de esta tecnología.

4. Conclusiones

Los servicios de mensajería son el presente más brillante de la telefonía móvil, pero en estos momentos la innovación y la imaginación son los pilares básicos de esta creciente industria. Pese a que con toda probabilidad se producirá la lógica atomización del sector de la mensajería, estos servicios tienen un largo futuro como soporte de la comunicación personal, evolucionando continuamente para adaptarse a las nuevas necesidades y las últimas tecnologías. Prueba de ello es MMS, los nuevos servicios multimedia que revolucionarán el concepto de la mensajería móvil.

Estudio elaborado por:

HAVETRESEARCH 

trademark de Havet Interactive S.A.

Para más información o para estudios personalizados:

María Huidobro
maria@havet.es

Niklas Gustafson
niklas@havet.es

Francisco Arellano
francisco@havet.es

Teléfono: +34-914318480
Fax: +34-915764922

www.havet.es
www.havetmobile.com

Queremos agradecer la colaboración prestada en la realización de este informe a:

Rafael Aguado, *Rodania Solutions*
Christian Cederholm, *Ericsson*
Christian Nyborg, *Ericsson*
Fátima de la Pisa, *Vodafone*
Frederik Junestrand, *Xfera*
Noelia Amoedo, *MyAlert*
Carlos Valdecantos, *PricewaterhouseCoopers*