

Intención de compra de un celular con acceso a Internet

24 de agosto - 7 de septiembre / 2001

Una consulta realizada por Punto-com entre Diciembre del año pasado y Enero de 2001, con 11,043 Internautas usuarios de aparatos celulares en los países más importantes de la región, reveló que el 17% pretende comprar en los próximos 12 meses un teléfono celular equipado para WAP. Los venezolanos son más propensos a realizar esta adquisición, lo que se puede entender por el elevado índice de penetración de la telefonía celular en aquel país, mientras que los argentinos están en el otro extremo de la escala, parcialmente debido al elevado precio de acceso, situación que deberá ser revertida rápidamente a partir de mediados del 2001, puesto que la desreglamentación total del mercado de este país ocurrió en noviembre del año pasado. Fuente: Punto-com Research "Internet Móvil en América Latina"

Tabla 1 — ¿Tiene usted o planea adquirir un teléfono con capacidad de acceso al Internet en los próximos 12 meses?

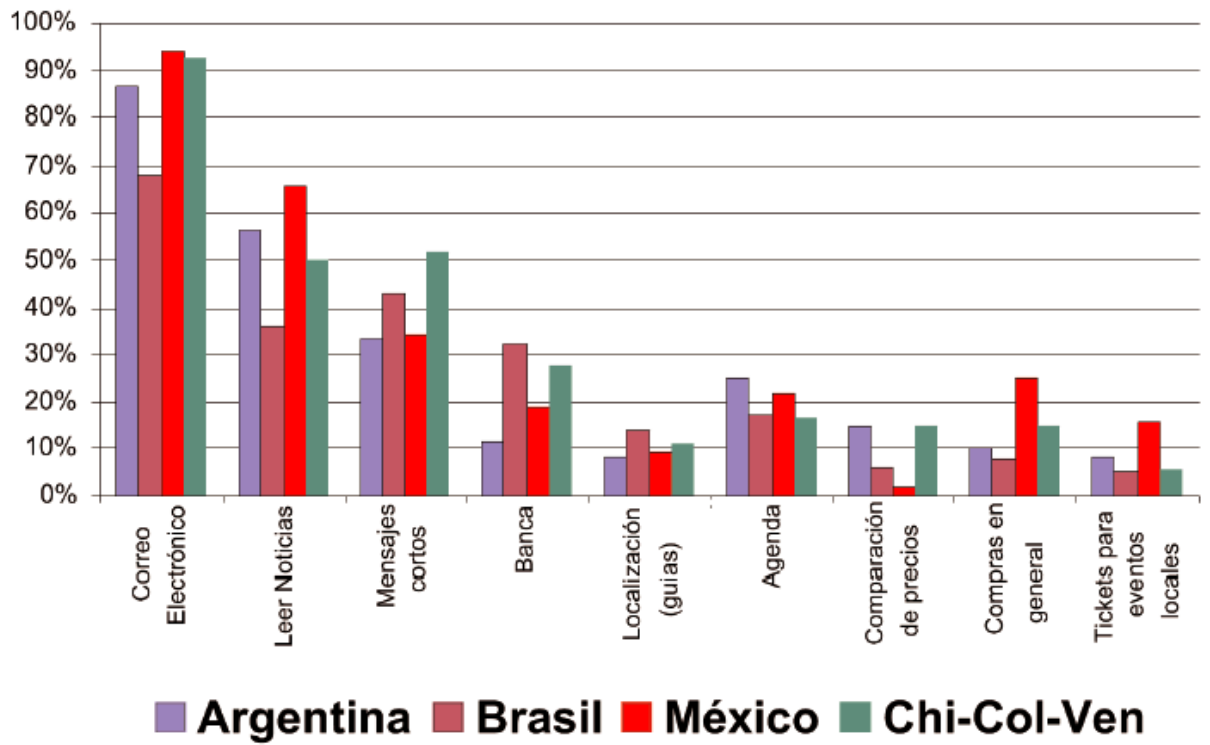
	Argentina	Brasil	México	Chile	Colombia	Venezuela	Total
Si	5.9%	6.1%	7.5%	10.5%	7.3%	9.8%	6.6%
No, pero deseo comprar en los próximos 12 meses	10.7%	17.0%	19.8%	16.8%	21.6%	26.2%	17.0%
No	83.4%	76.8%	72.7%	72.7%	71.1%	64.0%	76.5%

Fuente: Encuesta Punto-com

¿Cuáles son las actividades más comunes que realiza cuando accede el Internet a través de su celular o PDA?(múltiples respuestas)

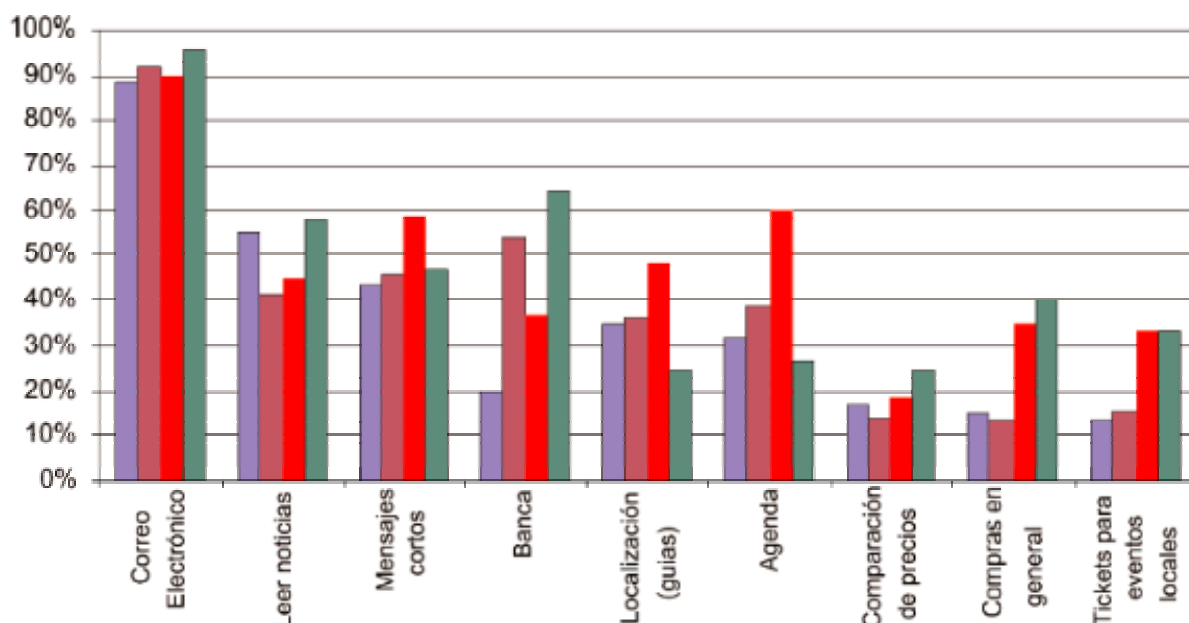
A medida en que la tecnología avanza y se vuelve más popular, algunas aplicaciones obtendrán mayor éxito que otras. Los usuarios actuales del Internet Móvil son los llamados pioneros (early adopters), generalmente con un alto nivel de educación e ingresos. Nada garantiza que el comportamiento de los usuarios posteriores sea semejante al de esta élite. Aun los usuarios potenciales (ver gráfica 2), que declararon tener intención de comprar un aparato celular capaz de acceder el Internet vía WAP, difieren ligeramente de estos pioneros en términos de intención de uso. Las principales diferencias están en actividades como servicios de localización, transacciones bancarias y agenda personal, indicando no sólo el carácter eminentemente personal del Internet inalámbrico como un espacio potencialmente interesante en términos comerciales a corto plazo. Fuente: "Internet Móvil en América Latina", Punto-com Research

Figura 26 — ¿Cuáles son las actividades más comunes que realiza cuando accede el Internet a través de su celular o PDA? (múltiples respuestas)



Fuente: Encuesta Punto-com

Figura 27 — ¿Cuáles son las actividades que pretende realizar después de comprar su celular o PDA con acceso al Internet?



Fuente: Encuesta Punto-com (usuarios potenciales)

Cadena de Valor de Internet Móvil

El fin del modelo tradicional genera una búsqueda de nuevos conceptos de servicios, la necesidad de una mayor comprensión de las expectativas de los usuarios y alianzas con organizaciones que tradicionalmente no pertenecían a este entorno. Para colocarse dentro de esta "red de valor", las operadoras tendrán que usar su infraestructura física como plataforma para ofrecer nuevos servicios a las empresas y a los consumidores. El camino más lógico para esta transformación es el logro de la formación de alianzas y sociedades con otras organizaciones interesadas en participar del sector: con los desarrolladores de aplicaciones, los proveedores de contenido, los bancos y las empresas interesadas en un nuevo canal de ventas o en afianzar las relaciones con sus clientes actuales. Del lado de las operadoras, la creciente competencia demuestra que el éxito no se basa solamente en el aumento en el número de suscriptores. Como lo muestra la experiencia con el "Internet gratis" en América Latina, un elevado número de usuarios no sustituye un modelo de ingresos sostenible, basado en servicios, contenido y personalización. El éxito de los servicios como I-mode y Zed de Sonera (Finlandia) se atribuye en buena parte a la variedad de contenido, principalmente con información local. En ambos casos, miles de distintos socios ofrecen noticias, juegos, horóscopos, información sobre viajes y turismo, mapas, directorios, promociones y productos variados. Fuente: Punto-com Research (Internet Móvil en América Latina)

Figura 16 — Cadena de valor en el sector de telecomunicaciones (tradicional)



Nuevo modelo (Internet Móvil)

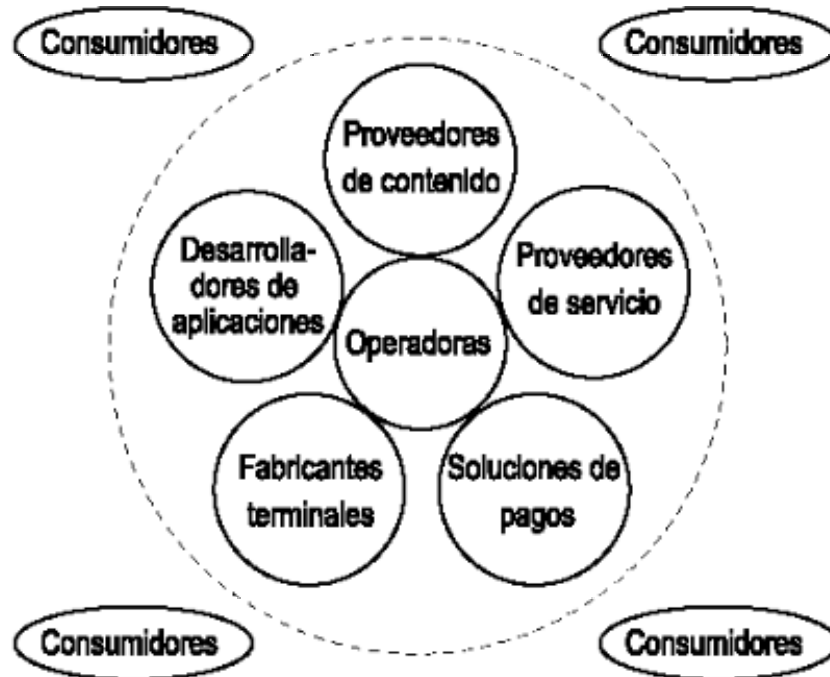
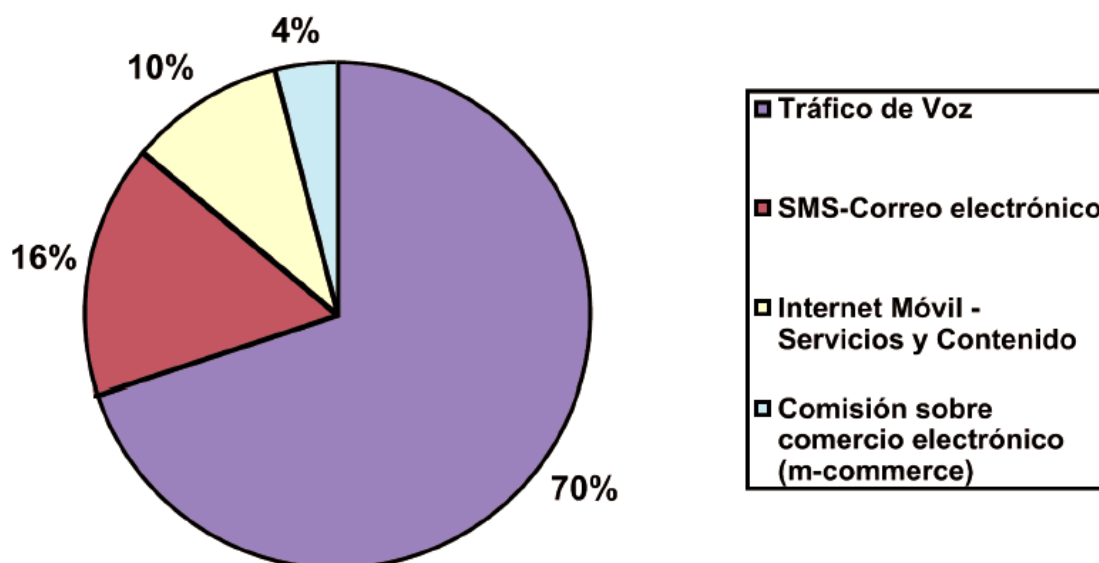


Figura 15 — “¿Qué porcentaje de sus ingresos del 2004 deben ocupar las modalidades de transmisión y servicios?”



Fuente: Encuesta Punto-com con 39 operadoras de la región

Tabla 4 — Proyección de ingresos para el 2004 basado en apreciaciones de las operadoras (en billones de US \$)

País	Ingreso Total operadoras Inalámbricas	Ingreso Potencial SMS-Correo electrónico	Ingreso Potencial servicios/ contenido	Ingreso Potencial comisiones comercioelectrónico
Argentina	4,8	0,768	0,48	0,192
Brasil	16,5	2,64	1,65	0,66
Chile	1,7	0,272	0,07	0,068
Colombia	1,0	0,16	0,04	0,04
México	8,5	1,36	0,34	0,34
Venezuela	3,7	0,592	0,148	0,148

Fuente: Punto-com