



El acceso a banda ancha y la competencia urge a los operadores de telecomunicaciones a transformarse y ofrecer servicios de valor.

Madrid, 19 de marzo de 2001

El 66% de los directores generales de las empresas encuestadas considera la conexión a banda ancha como factor clave para el desarrollo de los nuevos servicios de valor añadido

- Para el 2004, se estima que un 80% de las grandes compañías contará con conexiones de fibra óptica
- La consultoría de red global y las industrias de servicios de integración crecerán más de un 50%
- Los Gestores de Contenidos se van a convertir en agentes fundamentales en la creación de valor.
- Los hogares conectados a banda ancha consumen un 20% más en ocio que los no cuentan con acceso a alta velocidad. Se espera que el gasto en publicidad on-line crezca un promedio del 71% anual hasta el año 2004

Madrid, 19 de marzo de 2001.- El acceso a banda ancha digital y la competencia feroz en las telecomunicaciones, el mercado del entretenimiento y las empresas de tecnología de desarrollo está provocando una transformación total de los modelos de negocios actuales, según se desprende del estudio global Business Redefined: Connecting Content, Applications and Customers, realizado por la consultora Cap Gemini Ernst & Young en colaboración con la firma Ernst & Young.

En este estudio, que se basa en entrevistas a fondo realizadas a 127 directores generales y ejecutivos y en el análisis de información obtenida de más de 100 fuentes de información en todo el mundo, se pone de manifiesto la profunda reestructuración que experimentará el sector de las telecomunicaciones, el ocio y las tecnologías de desarrollo. Las compañías que sean capaces de adaptarse a los cambios y llevar a cabo las transformaciones necesarias, podrán beneficiarse de las oportunidades derivadas de estos cambios y alcanzar una posición de liderazgo.

Casi dos tercios de los Directores Generales entrevistados en este estudio se refirieron a la conexión de banda ancha como el factor significativo más inmediato que influye en la forma en que los clientes disfrutarán del ocio, las comunicaciones y del uso de la tecnología en los próximos años. "La conexión de banda ancha será la ola que mueva todos los barcos" anuncia un alto ejecutivo encuestado, resumiendo el sentimiento que prevalece.

Nuevos servicios de valor añadido

Se han agrupado los nuevos servicios de valor añadido en cuatro categorías diferentes, comenzando por aquellos servicios que los actuales operadores de red pueden adoptar más fácilmente:

- Soluciones basadas en red: incluye mensajería unificada, videoconferencia y call centers basados en red. Entre estos servicios, la mensajería unificada representa una de las mayores oportunidades globales a corto plazo para operadores de red, pasando, según la investigación llevada a cabo para el estudio, de 1.200 millones de dólares en 2000 a 18.200 millones en 2005

(las cifras reflejan una perspectiva global). Asimismo, se espera que aumenten la videoconferencia y los call centers basados en red. Hoy día son pocos los operadores que ofrezcan de forma eficaz este servicio.

- Soluciones centradas en red: desde servicios de planificación de red, diseño y consultoría de gestión, hasta servicios de seguridad de la red. Según los autores del estudio, los operadores de red están muy bien situados para beneficiarse de su experiencia y pasar a ofrecer este servicio. Señalan que la consultoría de red global y las industrias de servicios de integración crecerán más de un 50%, pasando de los 15.500 millones de dólares en 1999 a 32.700 millones en 2004 (las cifras reflejan el crecimiento global, incluido EE.UU., acaparando este más del 50% de los ingresos).

- Hosting de aplicaciones y provisión de servicio: incluido almacenamiento, Web y hosting de aplicaciones, así como servicios móviles para el comercio. Según el estudio, se espera que en Estados Unidos el Web hosting pase de 600 millones de dólares en 1998 a 21.800 millones en 2005. El estudio prevé que el ingreso global para el mercado de los proveedores de servicios de aplicaciones (ASPs) será de 20.000 millones de dólares en 2004 en todo el mundo. Sin embargo, en dicho estudio se observó que incluso si se combinan los servicios, el Web hosting y los ASPs se verán reducidos por las nuevas oportunidades que ofrece la industria de las aplicaciones móviles.

- Desarrollo de las aplicaciones: incluidos los servicios de desarrollo para el cliente. El estudio demostró que los responsables ejecutivos dudaban en continuar con el desarrollo de aplicaciones para cliente como, por ejemplo, outsourcing de aplicaciones y la implantación de paquetes debido al costoso crecimiento en sistemas desconocidos.

Nuevos modelos de negocio

Asimismo, el estudio identificó cuatro modelos de negocio relacionados con los operadores de red, en función de cómo implementen los paquetes de servicios de valor añadido. Estos cuatro modelos son:

- 1) modelo únicamente de red, que limita los servicios a la red existente;
- 2) modelo variado, en el que diferentes unidades de negocio persiguen de forma independiente operaciones de red y de servicios, pero con el mismo objetivo;
- 3) modelo híbrido (o empresa de red dispone de servicios), en el que las empresas de telecomunicaciones poseen vínculos con el cliente para ofrecer servicios a través de su propia red
- 4) modelo puro, pretende construir una empresa de servicios puros completamente separada de la operación de red.

Nuevo entorno altamente competitivo

Los ejecutivos consideran que el entorno de negocio en el que operan es cada vez más competitivo, debido a una combinación de factores, entre los que se encuentran la globalización de los mercados, la liberalización, la reducción de los ciclos de vida de los productos y tecnologías, que reducen las barreras de entrada, tanto a los competidores recién llegados como a los ya establecidos y que provienen de otras industrias.

Como ya se anticipó en el anterior estudio realizado en 1999, la competencia en el sector es extremadamente alta. Este hecho alimenta la preocupación y la incertidumbre creciente de los Directores Generales con respecto al futuro. Sirvan estos datos como ejemplo:

- El operador de la red dominante en Hong Kong ha perdido 39 puntos de su cuota de mercado en los últimos cinco años
- El operador dominante en Australia ha perdido 33 puntos en el mismo período
- El operador dominante en el Reino Unido y en el estado de Nueva York, 13 puntos cada uno
- Desde octubre de 1998 a julio de 2000, las asociaciones empresariales del sector del ocio interpusieron la mayor demanda judicial contra los competidores emergentes que amenazaban los modelos de negocio de la industria tradicional.

Nuevas oportunidades

En el estudio se detectan cambios espectaculares tanto por parte de los consumidores como en la

producción y distribución de contenidos ya sean cine, noticias, software o aplicaciones de negocios.

De acuerdo con el estudio, los hogares que hoy están conectados con Acceso a Banda Ancha "consumen" por encima de un 20 por ciento más de tiempo en ocio que aquellos que no cuentan con acceso de alta velocidad. Este aumento se combina con el pronóstico del estudio de que, después de años de retraso, finalmente la rápida utilización de las conexiones de banda ancha se está haciendo realidad.

Sin embargo, el aumento del consumo en los hogares representa sólo una parte del crecimiento en la demanda de contenidos y servicios. Según la investigación efectuada en el estudio se pronostica que para el año 2004 alrededor de un 80 por ciento de las grandes empresas - comparado con el 65 por ciento actual- contarán con conexiones de fibra en sus edificios. Aunque las medianas empresas que tienen entre 100 a 499 empleados están solicitando los servicios: se espera que el 54 por ciento cuenten con un acceso de fibra óptica para 2004, lo que es un 35 por ciento superior a los niveles actuales.

Otras conclusiones importantes

La explosión del acceso a banda ancha digital significa nuevas oportunidades de ingresos para generadores de contenidos, generadores de entretenimiento, noticias, software y aplicaciones de negocios. Los generadores de contenidos que quieran capitalizar las nuevas oportunidades aplicaran nuevas y creativas formas de publicidad así como sacar pleno provecho de la combinación de las diferentes fuentes de ingresos: suscripción a los contenidos, pago por uso, cuota por un determinado tiempo, contenido para móviles y la digitalización de los contenidos ya existentes.

Con relación a la publicidad on-line existe un sentimiento de frustración, al no haber logrado satisfacer lo que prometía. Sin embargo, en general se muestran optimistas con respecto a las perspectivas a largo plazo de la publicidad.

La investigación en el estudio apoya el optimismo de los directores generales acerca de las perspectivas de la publicidad en el largo plazo. Entre los años 2000 y 2004, se espera que la publicidad online aumente de unos 8 mil a 33 mil millones de dólares anuales. No obstante, esta vez el gasto será liderado por las empresas tradicionales y no por las empresas .com. Se espera que el gasto en publicidad online de las empresas tradicionales aumente en promedio 71 por ciento anual, y representará más de la mitad de todo el dinero por concepto de publicidad online para el año 2004.

La feroz competencia está obligando a los generadores de contenido a examinar de nuevo sus negocios a la luz de las nuevas oportunidades empresariales. Los generadores de contenido que han estado distribuyendo sus contenidos de forma gratuita o por un pago tradicional migrarán rápidamente hacia otros modelos, tales como las suscripciones, precios por transacción y precios por tiempo. El futuro de los contenidos será dar acceso bajo demanda y no la propiedad del medio físico.

Los Gestores de Contenidos han surgido como un punto fundamental de la creación de valor. Un nuevo y poderoso modelo de negocio en Internet que se ha introducido en el mundo offline. El término Gestores de Contenido fue acuñado en el anterior estudio hace unos 18 meses, para describir el modelo de negocio de Internet en el que un intermediario electrónico ayuda a las personas a encontrar lo que buscan, conjugando su conocimiento sobre el cliente con su conocimiento de la información y sus aplicaciones. Entre los ejemplos de esta nueva generación de Gestores de Contenido off-line, se encuentran las empresas de cable y satélite que están introduciendo contenido bajo demanda, fabricantes de descodificadores que permiten al telespectador definir el contenido que desean y eliminar los programas y la publicidad que no quieren, así como, los cambios online para las empresas y los consumidores.

En el estudio también se identifican proveedores de servicios de aplicaciones (Application Service Providers, ASPs), que están preparados para redefinir la distribución de todo el nuevo tipo de aplicaciones para los negocios, como Gestores de Contenido potenciales.

Los competidores en la red finalmente tienen que apostar por los servicios. Los operadores de red, que tienen su principal negocio en la propia red están viendo peligrar sus privilegios por lo que deben diversificar con servicios de valor añadido para sobrevivir. Los ingresos derivados de la transmisión de información están creciendo un 18 por ciento anual, pero la tasa de crecimiento está empezando a disminuir y los precios están cayendo tan rápidamente que los operadores de red están sufriendo una disminución en los beneficios derivados de las inversiones en la propia red.

Sin embargo, los Directores Generales han notado que los beneficios provenientes de los servicios basados en las comunicaciones alcancen un promedio de un 68% anual en los próximos años. Los Directores Generales claramente observan el cambio de la infraestructura hacia los servicios como algo crucial. Prueba de ello es la valoración que hacen los inversores de las empresas de servicios y aplicaciones basadas en la red se sitúa entre 20 a 80 veces los ingresos mientras que la valoración de los operadores de la red sólo alcanza entre dos o cuatro veces los ingresos.

Los retos de implantación guardan las puertas del éxito. Ganar la guerra del talento, construir una organización ágil, centrarse en el cliente y mejorar los sistemas de soporte operacional se plantean como retos comerciales universales que comparten los Directores Generales en el mundo de las comunicaciones, ocio y los sectores industriales de las tecnologías de desarrollo. Más de un 40 por ciento de los Directores Generales se encuentran entre los que lanzan nuevos servicios o amplían las ofertas existentes de servicios con la implementación más arriesgada, con un 32 por ciento que aluden a la necesidad de atraer al talento apropiado como una prioridad. "El fallo principal de nuestra industria es el de ignorar al cliente" expresa un director general.

Acerca de Business Redefined

Business Redefined: Connecting Content, Applications, and Customers, es un estudio global efectuado por Ernst & Young y Cap Gemini Ernst & Young, referido a los aspectos claves de la industria y que proporciona una perspectiva sobre el futuro a través del prisma de los Directores Generales y otros ejecutivos líderes de 128 empresas de comunicaciones, ocio e industrias de las tecnologías de desarrollo. Los patrocinadores del estudio sintetizan con detalle las entrevistas de los Directores Generales y analizan la información de otras fuentes como son más de 100 bases de datos en todo el mundo para proporcionar un análisis basado en los hechos y en el funcionamiento de la convergencia de las comunicaciones, ocio y la industria de las tecnologías de desarrollo. Más que los resultados de una entrevista o un informe de conferencia, el Business Redefined se construye sobre un informe innovador, del año 1999, sobre la industria de las comunicaciones, en el que se utilizó una metodología similar y un formato de entrevistas a Directores Generales.

Telecom Media Networks (TMN)

TELECOM MEDIA NETWORKS, es una empresa del grupo Cap Gemini Ernst & Young, que se centra en las necesidades de consultoría sobre proveedores de servicios de comunicaciones a escala mundial. Para más información: www.cgey.com/TMN

En la elaboración de este estudio ha colaborado la firma Ernst & Young (Cap Gemini Ernst & Young y Ernst & Young son empresas por separado)