



Nuestra visión de la industria luego de la CTIA 2007

Omar de León

Teleconsult
Soluciones Globales
de Telecomunicaciones

La telefonía móvil debe ser vista hoy en día como el *punto de convergencia* de los caminos de negocios de diversas industrias (televisión, música, juegos electrónicos, bancos, aplicaciones, etc.). Dicho de otra forma, esta industria es parte de una constelación de valor que se extiende a varias industrias. Por otra parte, goza de la situación privilegiada en que sus clientes exigen cada vez más cantidad y calidad de servicios sobre su teléfono celular: video, video on demand, interactividad, personalización de los servicios, sensibilidad a la posición geográfica, juegos, pagos en línea, etc.

El *tren* del negocio de la telefonía móvil tiene un avance vertiginoso sin punto de comparación con cualquier otro fenómeno del pasado. La Industria de las comunicaciones móviles es claramente la que más inversión innovadora ha realizado, sustituyendo redes que todavía no eran obsoletas, modificando permanentemente su constelación de valor y desarrollando nuevos productos alcanzando la comunicación, el entretenimiento y el negocio, inclusive muchas veces por delante de las necesidades de los usuarios. Su propio crecimiento, a tasas muy altas, no ha impedido, o más bien la ha obligado, a que en todo momento aproveche esa situación especial para impulsarse hacia adelante, tratando de imponerse

sobre los demás sectores como son las comunicaciones fijas y la radiodifusión.

En este marco hemos presenciado cómo la CTIA 2007 puso en el “piso” a todas las partes interesadas en participar de este momento excepcional: vendedores, operadores, reguladores, integradores, usuarios, y principalmente una mirada de empresas grandes, medianas y pequeñas, que se han enganchado en este *tren* a través de la prestación de la más grande variedad de servicios vista por nosotros, en un evento de esta Industria.

Hace años ya se preveía que la convergencia, y la transformación de las redes para permitir la prestación de servicios de aplicaciones y contenidos, reduciendo el peso relativo de los ingresos del transporte puro de la información, conducirían a la aparición de gran cantidad de pequeñas y grandes empresas de afuera de la Industria que encontrarían su nicho. HP, IBM, Microsoft y SUN se encontraron entre las primeras grandes en surgir ya hace más de cinco años, y fueron acompañadas por una cantidad de empresas menores que se enfocaron en nichos específicos, donde lo que se requiere es innovación, conocimiento, esfuerzo y poco capital. En la CTIA es notoria la presencia mayoritaria de estas empresas, las que marcaron el perfil de la exposición, y que año a año reafirman su posicionamiento como uno de los motores del desarrollo del sector.

Paralelamente a la exposición, y como complemento importante, la CTIA ha desarrollado Foros que se enfocaron en los avances tecnológicos, los nuevos modelos de negocio, los cambios regulatorios y las innovaciones.

En este entorno se ha destacado AH-CIET, dentro del conjunto de los otros foros fundamentalmente localistas, al traer la visión de la región iberoameri-

cana en la visión de la Conferencia Latinoamericana. En ella se pudieron presenciar importantes y variados análisis de la región latinoamericana respecto de la telefonía móvil, como ser la situación económica y tecnológica, la oferta multiservicios, las tecnologías de medios de pago con el celular, los cambios regulatorios que se avecinan, las nuevas tecnologías de redes, las estrategias de mercados, las posiciones de reguladores y operadores, etc. Es decir, un abanico de exposiciones y mesas rondas sobre los temas más candentes para la región.

Aquietadas las aguas luego de esos cuatro días frenéticos, incluyendo tres de exposición, es posible obtener algunas conclusiones que surgen del análisis de lo que se vio en la exposición, y de lo que se discutió en la Conferencia Latinoamericana y los demás foros.

A nivel macro, se ha observado que la convergencia está permitiendo la prestación de múltiples servicios sobre distintas plataformas, lo que ha impulsado a los operadores a invertir en sus propias plataformas para habilitar el despliegue de estos nuevos servicios. La primera etapa de innovación ha estado dominada principalmente por la introducción de servicios móviles propios de los operadores de red, trasladando al equipo móvil los servicios ya existentes en las redes fijas como es el acceso a Internet, la comunicación de datos, la música, el video, etc. Todo ello se observa claramente en las ofertas actuales y maduras de los operadores y de los proveedores. Sin duda, esta estrategia fortalece el diferenciamiento en el posicionamiento del operador en el mercado, está dentro de sus capacidades, y es totalmente aplicable a los servicios mayores mencionados, y que han sido los primeros en ser introducidos. Sin embargo, no per-

mite incorporar ampliamente la innovación de los nuevos servicios que aportan los emprendedores, y que serán las fuentes del crecimiento futuro de los ingresos. Entrando ahora este sector en una etapa de incorporación de innovación, como lo requieren los usuarios, se requiere una estrategia más refinada de acercamiento al mercado, empleando adecuadamente la fuerza innovadora de las pequeñas empresas de nicho. Esta idea se podía observar en el posicionamiento de todos los presentes en la CTIA 2007, mostrando que el real y prometido cambio de estilo de vida a través del celular, estará presente a partir de esta fase de la evolución en que se encuentra el mercado en este momento.

En este sentido consideramos que la estrategia exitosa de los operadores debería orientarse a liberalizar cautelosamente el acceso a sus redes por parte de los emprendedores, tal cual fue la excelente experiencia de iMode en Japón en las redes 2G.

En este sentido consideramos que la estrategia exitosa de los operadores debería orientarse a liberalizar cautelosamente el acceso a sus redes por parte de los emprendedores, tal cual fue la excelente experiencia de iMode en Japón en las redes 2G. Esto es, permitir que el emprendedor pueda desarrollar su producto, atacar el mercado y responder rápidamente a él, lo cual no es simple de realizar intermediano permanentemente con el operador. El operador siempre puede, y creemos que debería, controlar las aplicaciones que desea desarrollar por él mismo, considerando las características importantes o estratégicas de ellas, y además puede definir el perfil a dar a su cartera de servicios. Solamente así parece razonable pen-



sar en aprovechar la aplicación y el desarrollo de toda la innovación que existe en este momento, y que se observó en la exposición, y que parece crecer a gran ritmo y a tiempo con el mercado, permitiendo la creación de valor simultáneamente para el operador y los emprendedores. Esta posición, es bueno recordar, se ubica en un punto intermedio entre la situación actual y la que pretenden los defensores del Telco 2.0, presentes en la CTIA, lo que se ve más adelante. Entendemos que esta posición extrema de Telco 2.0 en realidad tiene poca posibilidad de tener éxito en la medida en que, contrariamente a la estrategia planteada, afecta negativamente la ecuación de los operadores.

A grandes números se maneja que este tipo de operaciones dejan del orden del 25% de los ingresos al operador, el 25% al proveedor de la plataforma y el 50% al proveedor del contenido/aplicación.

Observando más en detalle los conceptos discutidos en la CTIA, se pueden obtener las grandes tendencias que en cierta forma van condicionando la necesidad de implantar una estrategia como la propuesta, debido a la complejidad de los modelos a emplear. Los proveedores de software anuncian sin modestia una verdad indiscutible: “entre la red del operador y las aplicaciones y el contenido, hay solamente software”. Y en el software es donde se encuentra la mayor cuota de innovación a explotar. En él residen los conceptos, discutidos en los foros, de “orquestración” y “blending” de servicios. La orquestración se da cuando se combinan en el tiempo adecuado diversos servicios para dar lugar un nuevo servicio combinado. El “blending” da lugar a un servicio de orden superior que resulta del entrecruzamiento de diferentes servicios, contenidos y dispositivos.

Uno de los grandes actores del softwa-

re entiende que el futuro pasa por el desarrollo de servicios basados en “mashup”. En la convergencia, sostiene, se ha ido evolucionando del empaquetamiento de servicios, a la agregación de servicios y ahora al “mashup”. El “mashup” es una aplicación web, considerada como parte de la web 2.0¹, que toma contenido de más de una fuente para generar un servicio completo, como resultado de la mezcla de estos contenidos. Afirma este vendor que este tipo de servicios dará lugar a las Telco 2.0².

Más allá del impacto que se buscaba crear a partir de los conceptos y las palabras empleadas en la CTIA (Telco 2.0, Voice 2.0 y Mobile 2.0), se observa que la tendencia es hacia la complejidad y horizontalidad de las ofertas. Respecto de las definiciones en sí, hay una generalización del uso del “2.0” sin que hayan definiciones aceptadas y únicas sobre su significado. Por ejemplo, se ve que el mobile 2.0 se usa como una extensión del web 2.0 a los móviles, pero en dos versiones en cierta forma contradictorias. Una de ellas se apoya en

¹ El web 2.0 es definido como una nueva generación de servicios disponibles en la Internet que permiten a los usuarios colaborar y compartir información en formas no empleadas hasta ahora. Se tienen como ejemplos los blog, la wikipedia, etc. El usuario se encuentra por primera vez en el control de la información que se difunde y se consume. Hasta ahora el usuario era un sujeto pasivo de recibir información que era presentada para ser consumida por determinada audiencia. Con la introducción de las nuevas herramientas de web 2.0, los usuarios de Internet pasan a ser sujetos activos en cuanto a la información que se disponibiliza en la red. Entre otras cosas se pasa de los directorios basados en la taxonomía hacia el etiquetado basado en la denominada Folksonomy (“la clasificación hecha por la gente”). Suele decirse también que la tradicional web (“web 1.0”) es “click to read” y que la web 2.0 es “click to do”.

² Este término comienza a ser usado, en forma no muy clara todavía, para definir operadores “que se especializan en las funciones elementales en las que tienen ventajas sobre los actores basados en Internet, y que evitan la integración vertical de accesos y terminales salvo que existan razones técnicas fuertes o necesidades de los usuarios”.

que el terminal permita realizar nuevas operaciones (personalización, presencia, sensible al contexto, seguridad, etc.) usando la Internet como plataforma, y permitiendo servicios derivados de la web 2.0. La otra interpretación es que lo que importa es el usuario final y no el terminal, y se le asignan algunas características de servicios como ser las redes sociales, el blog de video y el juego multiusuario en línea.

En cuanto a la Telco 2.0, también comentada en los foros, es una iniciativa enfocada hacia el fortalecimiento de los actores de servicios basados en Internet, que procura que los operadores abran sus redes y negocios, colaboren con los actores de Internet, y hagan dinero fundamentalmente a partir de la transmisión pura. Una idea bastante inviable por el momento.

Otra tendencia que se observa es la de las Comunicaciones Unificadas³ en las que existe una gran competencia entre Microsoft y Cisco. En este mismo sentido se está evolucionando también hacia la oferta de productos ubicados en la novedosa capa de Control de Servicios, por encima de la capa de aplicaciones de una arquitectura IMS.

En cuanto a la banda ancha móvil se visualiza la maduración de tres tecnologías como evolución de la 3G a la 4G, en medio de incertidumbres sobre el real requerimiento del mercado para esta migración: WiMax, LTE (Long Term Evolution) y UMB, lo que podría desatar una nueva guerra de tecnologías. Cualquiera de ellas es similar en la “ba-

jada”, usando tecnologías OFDM⁴ y MIMO⁵, y sus estándares quedan aprobados durante 2007 (WiMax ya está, UMB está previsto para este mes de Abril y LTE para Setiembre) por lo que no se visualizan preferencias de los operadores. WiMax ha recibido un fuerte impulso luego de las declaraciones de Sprint de implantar una red con esta tecnología. LTE es el camino de evolución del 3GPP (mundo GSM), la que sin

En cuanto a la Telco 2.0, también comentada en los foros, es una iniciativa enfocada hacia el fortalecimiento de los actores de servicios basados en Internet, que procura que los operadores abran sus redes y negocios, colaboren con los actores de Internet, y hagan dinero fundamentalmente a partir de la transmisión pura. Una idea bastante inviable por el momento.

embargo también está siendo evaluada por los operadores del mundo 3GPP2. UMB es el estándar del 3GPP2 como camino de migración del CDMA usando OFDM para pasar de EV-DO a 4G. Es una tecnología realmente disruptiva en el mundo 3GPP2, ya que sería la primera evolución de las redes que han seguido el camino de CDMA que implica un cambio sustancial de las redes. Por el momento ni Sprint ni Verizon Wireless, tradicionales seguidores del 3GPP2, se han comprometido a implantarla y más aún, Sprint ha decidido implantar WiMax como base de la 4G, lo que aleja la posibilidad de un cambio tecnológico importante en el futuro que permita la migración hacia las tecnologías UMB o LTE.

Entre las principales aplicaciones a las que se les prestó atención, se encuentra el área de comunicaciones bancarias, en la que se ha observado un importante avance en cuanto al uso del teléfono como un sustituto de la tarjeta de identificación. Según John Philip Coghlan, CEO de VISA “el teléfono celular es el dispositivo de pago más avan-

³ UC: Incluye las funciones de control por parte de un usuario de todos los tipos de llamadas y mensajes multimedios y entre medios: voz, fax, correo, video e imágenes.

⁴ Modulación por División en Frecuencias Ortogonales.

⁵ Multiple Input Multiple Output. Sistemas de antenas múltiples en el transmisor y en el receptor que reducen los errores en los enlaces.



zado del mundo en este momento”. De hecho ya existen aplicaciones comerciales en Europa y Japón, pero está en sus etapas iniciales en EEUU. Se entiende que los acuerdos de Cingular / ATT con ciertos bancos permitirá el uso del celular para transferencias y pagos. Finalmente se puede afirmar que más allá de la vistosidad de las presentaciones y de la impresionante puesta en escena de la industria de las telecomunicaciones móviles, se observa que ésta está evolucionando más rápidamente

de lo esperado, hacia un nuevo modelo de negocio fundamentalmente basada en la que podría llamarse *competencia cooperativa*. Es la implantación en la vida real de lo que hemos llamado la *constelación de valor*. Es un camino en que cada empresa de varias industrias que convergen en las telecomunicaciones móviles, debe buscar su nicho y su ubicación en la constelación, de forma de maximizar el valor generado conjuntamente por la “cooperativa de empresas”.