

JUL 2015



ASIET

Telecomunicaciones de América Latina
Telecomunicações da América Latina



CLT2015
MÉXICO | 13-16 JULIO

3^{er} CONGRESO LATINOAMERICANO DE TELECOMUNICACIONES

CONGRESO LATINOAMERICANO DE TELECOMUNICACIONES

Axel
Kuschevatzky

ENTREVISTA

En la senda
de 5G



ACTUALIDAD - APLICACIONES - ESTADÍSTICAS



EDITORIAL	4
ENTREVISTA a Axel Kuschevatzky, director de Telefónica Studios	6
COLUMNA En la senda de 5G, por Elías Vicente, analista senior, Signals Telecom Consulting	11
Corporativo ASIET: Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones	13
ESTADÍSTICAS	24
ACTUALIDAD	28
APPS	34
Entrevista Socios ASIET: Arancha Díaz-Llado, directora de Relaciones Internacionales de Telefónica	38

Por ASIET

PABLO BELLO
Secretario General | Asiet

Consultora: IPRESS Comunicaciones
Edición y Coordinación

PABLO GARCÍA
Colaboración Periodística

Por Signals Telecom Group

JUAN GNIUS
Presidente | Signals Telecom

ARY SANCHEZ
Marketing y Ventas | Signals Telecom
ary.sanchez@signalstelecomnews.com

ELIAS VICENTE
Colaboración Periodística | Signals Telecom



Servicios de Asesoramiento y Asistencia Técnica a Empresas

Gestión estratégica de empresas de telecomunicaciones y proyectos asociados

Implantación de buenas prácticas (ISO 9000, ISO 27000, Togaf, CMMI, etc.)

Implantación comercial de productos innovadores en el sector de telecomunicaciones (celular y datos)

Diseño y desarrollo de Datacenters (TIER X)

Fiscalización de plataformas y sitios de telecomunicaciones celulares (GSM, 3G y LTE)

Asesoramiento integral para la incorporación tecnológica en empresas de telecomunicaciones, con experiencia probada en: FTTx, 3G, LTE y otras

Innovación y tecnología al servicio de las necesidades humanas

Optimización de procesos y gestión del cambio organizacional

Compromiso y excelencia en los resultados de sus proyectos





EDITORIAL | Julio 2015

Una Asociación renovada

La Revista de la Asociación vuelve a circular con motivo del CLT2015, el tercer Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones, un espacio ya consolidado como el encuentro más importante del sector en la Región, donde se reúne a los principales líderes de las Telecomunicaciones de América Latina.

A la edición de este año llegamos en un hito histórico para nuestra Asociación. Con una imagen renovada nos presentamos como ASIET, la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones. Nuestra asociación lleva más de 30 años impulsado el desarrollo y la evolución de la industria en América Latina, recorriendo estos años de crecimiento y desarrollo de nuestra región, siendo motor de una sociedad con más inclusión y más oportunidades. Ninguna otra industria ha tenido una evolución similar en las últimas décadas, y ninguna tiene mayor capacidad de innovación que la nuestra. La Asociación ha acompañado al sector de telecomunicaciones en este camino, compartiendo el espíritu innovador de la industria, como parte de este proceso hemos dado un giro modernizador a nuestra imagen, de cara a renovar nuestra presencia. Somos ASIET, las telecomunicaciones de América Latina.

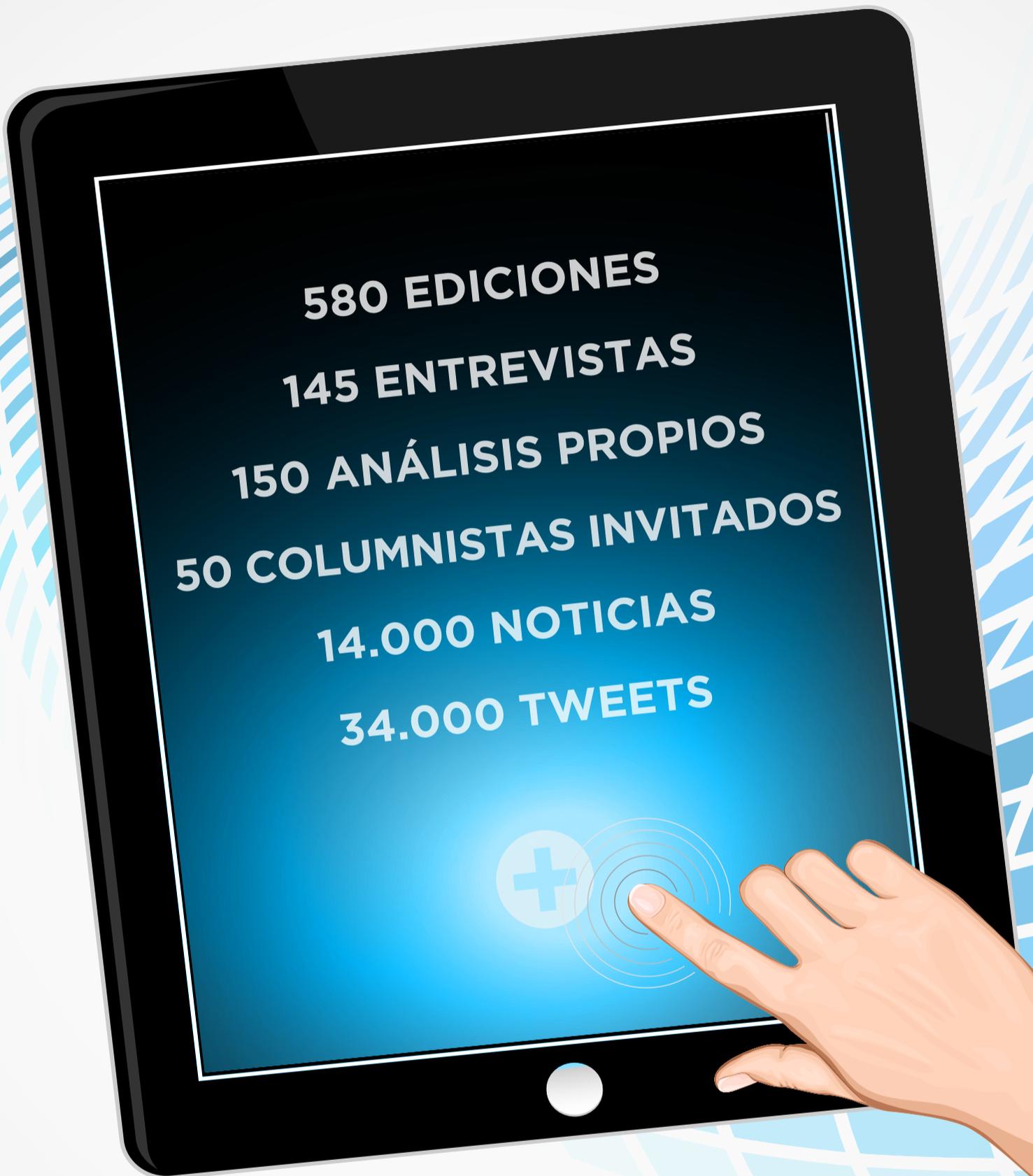
Durante estos años hemos sido un punto de encuentro no sólo de las empresas de la región sino también de muchos otros actores del sector, reguladores, fabricantes, etc. Ahora, a través de nuestro Think Tank, el Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (cet.la), se integra el sector académico lo que nos permitirá tener una nueva perspectiva de las telecomunicaciones y encarar nuevos estudios con una visión más amplia de nuestro sector. Nos enfrentamos a grandes retos, el principal será acompañar la evolución del sector, el cual está cambiando rápidamente debido a las nuevas tecnologías y a los nuevos requerimientos de los ciudadanos. Sin duda, ASIET se está adaptando a estos cambios.

Nuestra región ha avanzado mucho en conectividad digital, en la expansión de las redes, servicios y tecnologías en la última década, pero todavía debemos seguir trabajando en el gran desafío de cerrar definitivamente la Brecha Digital. Este y otros temas están en el centro de nuestra actividad, y también en nuestros Congresos, puntos de encuentro donde los actores pueden renovar su compromiso con la hoja de ruta que lleva al desarrollo del sector de la mano de la mejora en la calidad de vida de todos los ciudadanos.

Invitamos a nuestros lectores a ser protagonistas de estos cambios. En este número pueden encontrar las opiniones de los principales organizadores de nuestro evento anual celebrado este año en Cancún, y ahondar un poco más en las temáticas que concentran el debate del sector. Esto es una invitación a la lectura y la reflexión sobre el camino a seguir para llegar a la meta común, el desarrollo digital de América Latina.

Osvaldo Novoa
Presidente ASIET

LAS CIFRAS PUEDEN INDICAR MUCHO O POCO



EN POCO MÁS DE DOS AÑOS, SIGNALS TELECOM NEWS SE HA CONVERTIDO EN EL MEDIO QUE MÁS CONTENIDO PROPIO GENERA SOBRE TELECOMUNICACIONES Y TIC EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.



Entrevista AXEL KUSCHEVATZKY

Entretenimiento y contenidos audiovisuales son dos conceptos que entretengan el futuro de los operadores de telecomunicaciones. Algunos ya avanzaron en la integración de unidades de negocio que incluyan producciones propias. En este camino se inscriben Telefónica, América Móvil y Millicom, por mencionar los de mayor presencia en América Latina.

En el caso de Telefónica, el grupo es uno de los gigantes en el mundo de las telecomunicaciones iberoamericanas. Como incumbente de telefonía fija está presente en cinco mercados, además de contar con servicios móviles en 14 países. También tiene presencia en la oferta de TV paga, con un abordaje multiplataforma, con la inclusión de IPTV, TV por cable (CATV) y satelital (DTH).

En esta senda, compuesta por la digitalización y los contenidos, se hace un espacio importante Telefónica Studios, división creada en 2013 con el fin de abocarse a la producción audiovisual a gran escala. ASIET La Revista conversó con Axel

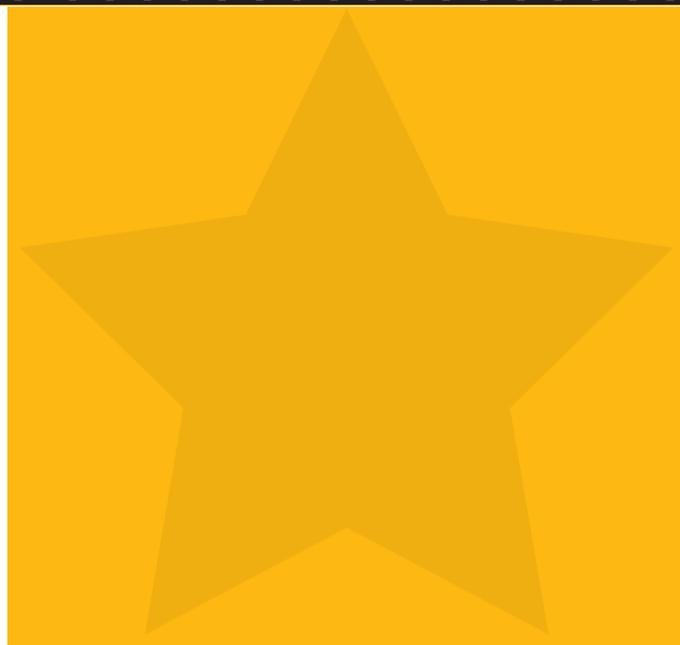
Kuschevatzky, director de esa unidad de negocios, sobre los desafíos y oportunidades en un terreno donde los contenidos originales cobran mayor importancia.

Kuschevatzky, argentino, es un experto en cine, ámbito donde también se desarrolla como crítico, presentador, guionista y productor de películas. De hecho, fue productor asociado en “El secreto de sus ojos”, ganadora del Oscar a la mejor película de habla no inglesa en 2010. También produjo “Relatos Salvajes”, que compitió en la última edición de la mayor ceremonia de la industria de Hollywood.

Sin embargo, Kuschevatzky recorrió un largo camino como periodista, especializado en cine, por supuesto. Colaboró con muchos medios abocados al “séptimo arte” y es usual verlo cubriendo la alfombra roja de los premios Oscar para la señal TNT. Como puede apreciarse es un experto en contenidos, audiencias y nuevas tecnologías. Y, como corresponde, con una gran presencia en redes sociales. Sobre estos temas y muchos más, la palabra de Axel en las siguientes líneas.

ASIET La Revista: En los últimos años las nuevas tecnologías han irrumpido en la sociedad para cambiar la vida de las personas, ¿cómo es el antes y el después para una persona como tú?

Axel Kuschevatzky: Las nuevas tecnologías, y esto lo aplico a mí pero creo que funciona para todos, expandieron los límites de la subjetividad. Primero porque te permiten una conexión permanente, con herramientas como las redes sociales que permiten que uno empiece a sentirse menos solo. Empiezas a registrar que los procesos emocionales de los demás cotidianamente son parecidos a los tuyos, empiezas a tener intimidad con gente que no conocías. Es una maravilla de las redes sociales. Y también para mí empezaron a tener un impacto muy grande en cómo consumo todo tipo de contenidos. Las series de televisión empezaron, a través de dispositivos como las tabletas, a convertirse en algo más parecido a la lectura de un libro. Ves diez minutos, luego haces otra cosa, luego retomas. Cambiaron la dinámica de cómo nos vinculamos con los contenidos. Nos obliga, y sobretodo a los que generamos contenidos, a replantearnos cómo se narra, no sólo de acuerdo al medio donde narramos, sino también en relación a la plataforma en la cual se narra. Es un cambio tan crucial como lo fue la aparición de la televisión o el cine sonoro. Y como fue gradual, mientras que el cine sonoro y la televisión irrumpieron, nos va a costar más darnos cuenta de cómo cambió nuestra vida las nuevas tecnologías. Un ejercicio positivo es imaginar nuestra vida antes del fax. Y parece que hablamos de hace 200 años.



ASIET La Revista: ¿Cómo es tu relación personal con las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

Axel Kuschevatzky: Mi relación profesional con las TIC es que son parte del ADN de lo que hacemos. Es como el aire. No piensas demasiado en tu relación con el aire. Son formas, contenidos, continentes, vehículo, camino y destino. Están absolutamente incorporadas desde lo personal hasta lo profesional.

ASIET La Revista: En la era actual, donde las nuevas tecnologías lo impregnan todo, es prácticamente impensable no tener presencia en las redes sociales. ¿Cómo es tu relación con las redes sociales y qué crees que te ha aportado esa presencia web?

Axel Kuschevatzky: Para mí es como un apéndice más de mi cuerpo. Las vivo de manera diferente. Twitter es como una tribuna donde te siguen desconocidos. Instagram es parecido. Facebook la tengo más restringida para un círculo más cercano. Quizás entran en juego cuestiones familiares, es más un microclima. Sigo a muchísima gente en redes sociales, es como un feed constante de información y de vínculos. Este año cumplo 20 años en el medio de la que la mayor parte del tiempo he estado frente a la cámara, y me sigue muchísima gente en Twitter, más de 300.000 seguidores. Empieza a aparecer una noción certera del impacto que puede tener lo que uno dice y eso moldea tu discurso en las redes. Siento que tengo una responsabilidad cuando hablo para tanta gente. No puedo decir cualquier cosa. Pero muchas veces mucha gente de Twitter no tiene eso y resulta siendo un problema un tanto surrealista.

ASIET La Revista: ¿Cuándo te hiciste de Twitter?

Axel Kuschevatzky: Empecé en 2009 por un amigo mío. Me suscribí enseguida pero durante meses no lo entendía. Hasta que un día dije a ver y coincidió con la expansión de Twitter como medio de conexión. Descubrí de golpe a gente que conocía y admiraba y empieza a seguirte gente. También hay mucho troll, por lo que debes acostumbrarte a relacionarte con gente a quien no le gusta lo que haces y que se molesta si no le contestas. Supones un diálogo donde no lo hay. Te cambia cierto hábito de vínculo público.

ASIET La Revista: El mundo TIC y audiovisual se entrelazan cada vez más tanto en la industria como para los usuarios. ¿Qué ha cambiado en la industria con la masificación de las TIC y en los usuarios?

Axel Kuschevatzky: Tiene que ver con un cambio en el terreno de los subjetivo, en el consumo de los contenidos, en cómo se administran las formas narrativas, los picos de interés son diferentes, se intensifica la necesidad de que los contenidos conecten rápido con quiénes están al otro lado porque el campo de atención es más corto. Los 140 caracteres de Twitter funcionan como metáfora de muchas más cosas. Pero también suponen el desafío de cómo construir contenidos con niveles de lectura cuando sólo tenemos un round. Y cómo podemos encontrar en formatos cortos nuevas herramientas de continuidad en el vínculo de la audiencia.

ASIET La Revista: ¿Crees que las nuevas tecnologías pueden colaborar en algo en reducir la brecha social que existe en las naciones latinoamericanas?

Axel Kuschevatzky: No son tanto las nuevas tecnologías. Obviamente sin un deseo de usarlas para bien carecen de sentido en sí mismas. Hoy en día los controles de la información están muy restringidos. En la actualidad, que un Estado controle la información es prácticamente imposible. Los controles de la información están muy restringidos. Y eso genera una gran libertad. Agrega una perspectiva empática que antes no existía. Empiezas a entender cómo es la vida en diferentes contextos, diferentes presiones sociales, diferentes ansiedades... nos amplían la perspectiva. La información pasa a ser de acceso público, no restringido. También implica cosas. Para las redes sociales es fácil plantar historias no reales. También nos lleva a cuestionar las fuentes de información en las que confiamos. Amplían el campo de experiencia y eso sí es socialmente muy potente. Claro que no sacan a la gente de la pobreza, pero sí es verdad que accedes a nuevos y mayores conocimientos y eso sí puede tener un elemento de impacto social muy profundo. La ecología es un caso muy concreto.

ASIET La Revista: En cuanto a nuevas tecnologías, ¿dónde nos veremos dentro de diez años?

Axel Kuschevatzky: Vamos hacia la desaparición del soporte físico. El contenido estará en nubes, en interconexiones sin cables, contenidos customizados, inteligencia artificial destinada a acercarte a lo que te interesa todo el tiempo en cualquier lugar y, al mismo tiempo, más herramientas para socializar los contenidos. Pero no cambiará que en las cavernas todos nos reuníamos alrededor del fuego para que nos contaran historias. Si bien cambiaron con el avance de la humanidad los escenarios y las formas de transmitir las historias, nunca dejamos de contarlas. En algún punto me atrevo a decir que puntos clave como la narrativa no sólo desaparecen sino que se van haciendo más importantes con el cambio de plataformas.

ASIET La Revista: ¿Cómo se relaciona el trabajo más a largo plazo de una profesión cinematográfica dentro de un operador como Telefónica?

Axel Kuschevatzky: Telefónica no es sólo un operador, es parte de la industria cultural y entiende perfectamente cuáles son los plazos de la industria cinematográfica. Internamente en Telefónica lo tenemos como parte de la cotidianeidad. La gente lo asocia con vías de conexión, pero no es sólo vehículo. También es viaje y destino. En el mundo de los contenidos Telefónica es un actor clave y es un generador de conceptos. Como compañía, la comunicación es un todo que incluye qué le cuentas a los demás. Telefónica Studios no es sólo un generador de cine, también lo es de series de televisión. Lentamente se van borrando fronteras que antes separaban plataformas, formas de percibir los contenidos. Nosotros tratamos de ser muy amplios en ese sentido. La verdad es que Telefónica se entiende más como un jugador relevante en el campo de los contenidos y se está haciendo muy notorio cada día y se hace muy notorio cada día en Movistar TV y Movistar Series, pero también es muy notorio en Argentina a través de Telefé o en Cable Mágico de Perú, habla de una vocación que va mucho más allá del mero recurso de transmisión de datos. Telefónica es mil veces más que eso.

ASIET La Revista: ¿Qué lugar ocupa Telefónica Studios dentro de la estrategia de Telefónica de Telco Digital?

Axel Kuschevatzky: Telco digital es la versión anterior de Telefónica. La actual versión es la de compañía de vídeo. Telco digital es más el pasado. Para Telefónica la producción es una parte importante de una cadena que permite diferenciarnos de la competencia a través de contenidos propios pero al

mismo tiempo pone en movimiento una manera de interpretar el vínculo con el suscriptor, con la audiencia, porque nosotros a la hora de decidir qué historias queremos ser parte nos importa muchísimo como vive la persona del otro lado y cómo les afectamos. La narrativa se construye desde dos partes. Ernst Lubistch, uno de los grandes directores del cine alemán y el mejor director de comedias de Hollywood durante el comienzo del cine sonoro, decía “dejad que los espectadores completen el gag y os amarán para siempre”. Y yo creo mucho filosóficamente en eso. Nosotros construimos una parte y la audiencia construye la otra mitad. Es una construcción que hacemos entre todos. Pero la podemos hacer en la medida en la que Telefónica se renueva como player relevante en este universo de Telco Digital con vídeo.

ASIET La Revista: Existe una tendencia de los operadores de telecomunicaciones de volcarse en el contenido, ¿qué importancia tiene una unidad como Telefónica Studios en esta tendencia?

Axel Kuschevatzky: La descripción de Telefónica como operador de telecomunicaciones está bien pero es que es mucho más que eso. Telefónica tiene una diversidad en propuestas, servicios, opciones muy grandes que va muy seriamente desde el, por supuesto, en la operación de telecomunicaciones hasta las acciones de gestor y oficina de contenidos culturales y entretenimientos... hasta acciones de bien público como las que hace la Fundación Telefónica. Hay un alto contenido de responsabilidad social presente que permea toda la cadena de valor. Esto se ve mucho en la compañía. Ves en los monitores las acciones de responsabilidad. Hay un credo en Telefónica que tiene mucho que ver con no pensar en un adentro y un afuera.



ASIET La Revista: La tendencia multipantalla lleva el contenido de la televisión a todos los sitios. ¿Obliga a algún ajuste en la producción de contenidos?

Axel Kuschevatzky: No cambia la producción en sí mismo, sí los ejes conceptuales. Cómo te imaginas el vínculo de quién está al otro lado con esa forma de autoadministración que tiene la audiencia con el contenido. Veo los episodios de una sola vez, a pedazos, qué continuidad quiero que tenga, si es una serie cómo lo construyo. Tiene un efecto en cómo conceptualizamos los pasos que vamos dando adelante. En Telefónica Studios, donde no nos centramos sólo en cine, sino también en series, entendemos que conviven productos locales con globales, que conviven todos los géneros con todas las escalas de películas... y que la clave para sostener esta relevancia tiene que ver con nuestra propia flexibilidad. Si hay algo que uno no puede hacer a la hora de trabajar en el mundo de los contenidos es pensar en ellos de manera dogmática.



ASIET La Revista: ¿Planean algún tipo de producción que incluya contenidos para distintas pantallas?

Axel Kuschevatzky: Estamos explorando mucho diferentes variantes. Hemos hecho cosas al estilo de generar para el servicio VOD una versión exclusiva diferente de una película que en cine tenía otra duración. Tenemos una concepción 360. También entendemos que la naturaleza de cada contenido es diferente. Pero sí nos planteamos siempre qué podemos inventar, qué ángulo podemos no estar viendo, imaginamos siempre en busca de esto. Es una vocación de todas las áreas de contenidos de esta compañía. Telefó, por ejemplo, también tiene esa vocación de generador de contenidos 360. Es interesante el desafío que nos plantean los cambios de escenario y no lo vivimos como una limitación, sí como una manera de subir la vara. ¿Podemos inventar algo en este terreno? Esta es la forma más divertida de hacer esto. Nosotros conectamos emocionalmente.



En la senda de 5G

Signals Telecom Consulting

La industria de telecomunicaciones móviles está en constante avance y evolución. Mientras América Latina asiste a la explosión de lanzamiento de las redes 4G LTE, ya comenzaron las discusiones sobre la próxima generación móvil: 5G. Distintos fabricantes, gobiernos y asociaciones buscan establecer las bases de lo que será el futuro de la movilidad.

Los servicios móviles comenzaron el proceso de proliferación de redes 4G en América Latina, al punto de contar con la tecnología presente con al menos una red en cada uno de los mercados. Incluso 2015 es el año donde LTE comenzará a tener un modelo de negocios que le posibilite el crecimiento a mayor escala, incorporando nuevos sectores a la oferta dentro de los mercados con mayor experiencia en la comercialización del servicio.

Asimismo, cabe destacar que el desembarco de la tecnología en Latinoamérica se produce de manera simultánea -y en algunos mercados antes- que en los mercados desarrollados. En este escenario, es importante considerar que el desarrollo de 4G no seguirá los pasos acelerados de 3G, ya que producto de estar siendo desarrollado al unisono con Europa y Estados Unidos, los operadores cuentan con menores escalas, lo que hace más costoso su despliegue. De todas maneras, la tecnología ya cuenta con punto de partida en América Latina y su despliegue mostrará un paso firme.

No obstante, a escala global la industria ya comenzó las discusiones necesarias para establecer la hoja de ruta hacia 5G. Por lo pronto, la Unión Internacional de Telecomunicaciones ha definido el término "IMT-2020" para designar la futura tecnología. 5G plantea nuevos paradigmas en la conectividad de sistemas inalámbricos móviles de banda ancha para dar soporte, por ejemplo, a servicios de vídeo de altísima definición, aplicaciones en tiempo real de pequeña latencia y la expansión del dominio de Internet de las cosas (IoT).

La Quinta Generación de servicios móviles constará de redes que serán fundamentalmente diferentes de sus predecesoras, confiando en frecuencias de espectro más altas, mayor ancho de banda y despliegues de células de mayor densidad. En concreto, los sistemas 5G brindarán 1 Gbps de velocidad de manera uniforme y apoyarán tasas de datos de al menos 10 Gbps y hasta 50 Gbps para usuarios de baja movilidad.

En términos de servicios, el objetivo de 5G estaría orientado a potenciar el concepto de IoT. La mayor velocidad y menor latencia del servicio está apuntada a mejorar las conexiones móviles de una mayor cantidad de dispositivos conectados e interactuando entre ellos por diferentes tipos de aplicaciones. De esta manera se buscan mayores soluciones destinadas a automatizar el trabajo entre dispositivos facilitando la vida del usuario.

Si bien por el momento está en discusión qué tipo de frecuencias de espectro alojaran los servicios 5G, la industria está haciendo especial hincapié en las bandas ultra altas.

La expectativa más rápida de despliegue de servicios 5G fue anunciada por Huawei y el operador ruso MegaFon. Imitando el modelo brasileño de LTE para 4G, ambos firmaron un memorando de entendimiento para desarrollar la tecnología 5G, con planes de despliegue de redes de prueba para brindar cobertura al Mundial FIFA 2018, que se desarrollará en Rusia. El acuerdo los compromete a compartir los avances en la estandarización de la tecnología y a trabajar en conjunto para determinar los requerimientos de la construcción de la red 5G. De todas maneras, y con un horizonte más realista, Huawei prevé 5G comercial en amplia escala para 2023.

La clave para el desarrollo de la tecnología 5G será el "time to market", es decir, cuándo lanzarlo al mercado.



*Por Elías Vicente,
Analista Senior de Signals Telecom Group*



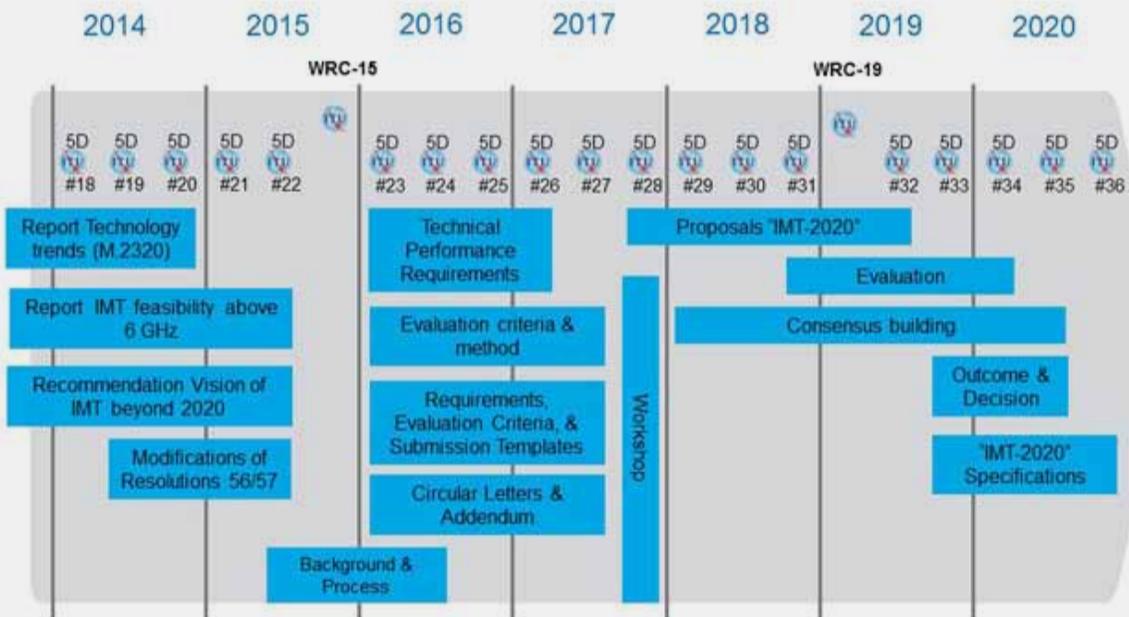
Acuerdos para el desarrollo

Distintos países desplegaron sus primeros acuerdos, que tienen como finalidad alcanzar una estrategia uniformada a escala global. En ese sentido, Corea del Sur y la Unión Europea firmaron un acuerdo para cooperar en el desarrollo de tecnologías de redes 5G. No fue la única acción de Corea del Sur en ese sentido. El gobierno de ese país invertirá US\$ 1.500 millones para el desarrollo e investigación para tecnologías móviles 5G. El Ministerio de Ciencia, TIC y Planeamiento estima comenzar las pruebas para 2017 y espera servicios comerciales para 2020. Por su parte, la Comisión Europea y la Asociación PPP 5G firmaron un contrato para crear una asociación público -privada 5G (PPP). El 5G PPP seguirá desarrollando la tecnología en pos de prepararse para la futura normalización del sistema y de los componentes que se espera sean desplegados en la próxima década.

Entre los primeros reguladores en dar un paso hacia la evolución de la tecnología se destaca Ofcom. El regulador británico abrió una consulta pública para establecer el destino de parte del espectro de frecuencias para 5G. La agencia británica convocó a la industria a ayudar a asentar las fundaciones para la próxima generación de comunicación móvil en el Reino Unido. El regulador prevé el uso de frecuencias por arriba de los 6 GHz para soportar las altas demandas de usuarios en áreas de gran concentración de población, con velocidades de entre 10 Gbps y 50 Gbps.

En pleno despliegue de los servicios 4G LTE, los distintos actores de la industria ya están pensando en una nueva generación de servicios móviles. Si bien a los ojos del usuario puede parecer una aventura prematura, lo cierto es que pensar el mediano y largo plazo las alternativas de evolución y mejoras de servicios es una práctica habitual del sector. En ese marco, y con el horizonte puesto en conceptos como IoT la llegada de la nueva generación móvil no parece estar tan lejos.

Detailed Timeline & Process for “IMT-2020” in ITU-R



Note: While not expected to change, details may be adjusted if warranted.



Autoridades Latinoamericanas se dan cita

en el mayor espacio regional de diálogo público privado de Telecomunicaciones

El Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones 2015 se realiza del 13 al 16 de julio en Cancún para compartir experiencias, buenas prácticas en materia de políticas públicas y discutir los desafíos regulatorios regionales. El encuentro regional puede seguirse vía redes sociales con el hashtag #CLT15 en Twitter

En su tercera edición, el **Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones** (CLT2015) reúne a los principales actores públicos y privados de la industria de las telecomunicaciones con el objetivo de debatir las políticas públicas regionales que permitan incentivar la inversión y conectar a los latinoamericanos en una etapa de gran transformación de todo el ecosistema digital.

El encuentro regional es organizado por CAF –banco de desarrollo de América Latina–, ASIET (Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones), la GSMA (asociación global de todo el ecosistema móvil) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México, y se puede seguir a través de las redes sociales con el hashtag **#CLT15**.

CLT2015 comienza hoy y el martes 14 con el Foro Regional para las Américas sobre Utilización y Uso Eficiente del Espectro de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la Conferencia Regional CPRLatam sobre Políticas de Información y Comunicación que reúne a académicos y centros de investigación especialistas en TICs.

El miércoles 15 es la sesión plenaria de CLT2015 que inaugura **Gerardo Ruíz Esparza**, secretario de Comunicaciones y Transportes de México y **Brahima Sanou**, Director de la Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT.

Durante la sesión plenaria también exponen Mónica Aspe, subsecretaria de Comunicaciones de México; Juan Manuel Wilches, director Ejecutivo de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia; María Cristina Capelo, gerente de Políticas Públicas y Asuntos Gubernamentales para Google México, Centroamérica y el Caribe; Alejandro Cantú, director Jurídico de América Móvil; Karim Lesina, vicepresidente para Asuntos Internacionales de AT&T; Carlos López Blanco, director General de Asuntos Públicos y Regulación y Miembro del Comité Ejecutivo de Telefónica, José Luis Ayala, director de Relaciones con Gobierno e Industria para América Latina de Ericsson; Judith Mariscal, directora del Programa Telecom-CIDE, y Dolph Wang, Vicepresidente de Huawei para la Región Norte de Latinoamérica, entre muchos otros

líderes regionales e internacionales.

Además, dentro de los panelistas y conferencistas destacados se encuentran también el secretario General de ASIET, Pablo Bello, el director de la GSMA para América Latina, Sebastián Cabello, y Moira Paz-Estenssoro, directora Representante en México de CAF.

El programa de este año aborda de manera detallada la evolución del ecosistema y la economía digital en América Latina, la neutralidad de la red, la evolución de las redes de banda ancha móvil y los retos que enfrenta el despliegue de infraestructura, el desarrollo de la regulación en escenarios de convergencia y la dinámica de las industrias creativas y de aplicaciones.

El encuentro cuenta con el apoyo de organismos como el Instituto Federal de Telecomunicaciones de México (**IFT**), Latin America & Caribbean Network Information Centre (**LACNIC**), Internet Society (**ISOC**), la Unión Internacional de Telecomunicaciones (**UIT**) y la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (**ICANN**).

CLT2015 cierra el jueves 16 con una serie de talleres y seminarios entre los cuales se encuentran:

- Seminario GSMA Mujeres Conectadas
- Workshop Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT): Avances y Retos de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión de México
- Workshop CAF: Innovación digital e inclusión en América Latina
- Workshop Huawei
- Workshop Ericsson

El evento busca promover un espacio de actividades donde las organizaciones más relevantes del sector TIC de la región confluyan para buscar sinergias y estimular un diálogo que permita alcanzar una agenda en común para cerrar la brecha digital y desarrollar el ecosistema digital.

Bienvenidos al encuentro sobre telecomunicaciones más importante de América Latina

Pablo Bello, Secretario General de ASIET

Quiero darles la bienvenida al Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones (#CLT15), el evento más relevante para el debate sobre el sector en la región. Un punto de encuentro donde gobiernos, reguladores, operadores, academia y organismos internacionales pueden conversar y compartir sobre el futuro de una industria que ha sido, y es, clave para el desarrollo social y económico de América Latina. Este año la cita ineludible la tenemos en Cancún, del 13 al 16 de julio, y llegamos a ella renovando nuestra imagen, acompañando la constante evolución que vive nuestro sector. Somos ASIET, somos las Telecomunicaciones de América Latina, y esperamos encontrarnos con todos los actores relevantes de la industria para construir la hoja de ruta que nos lleve al objetivo compartido, el desarrollo digital de América Latina.

Desde la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones -marca renovada de AHCIET-, y en conjunto con CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), GSMA (Asociación global de operadores móviles) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México, queremos darles la bienvenida al #CLT2015, que cuenta además con la inestimable participación de la UIT, CPR Latam, ICANN, IFT, ISOC y LACNIC.

En esta cumbre de las telecomunicaciones de América Latina vamos a debatir sobre los principales desafíos para el desarrollo del ecosistema digital en nuestra región, contando con los principales expertos, organismos, empresas e instituciones del sector. Con ellos trabajaremos en la construcción de una ambiciosa agenda público-privada que nos permita acelerar el desarrollo de las telecomunicaciones, compartiremos ejemplos de buenas prácticas y discusiones sobre asuntos clave como el cierre de la brecha digital, la necesaria inversión en infraestructuras para universalizar el acceso, la regulación del espectro, la creación de valor en nuestras economías, cómo enfrentar la realidad de los bajos ARPU en la región, y los nuevos retos como el IoT, Internet de las Cosas, o el debate en torno a la Gobernanza de Internet.

Para la Asociación será el momento además de celebrar su primera Asamblea General desde la puesta en marcha de



nuestra nueva marca, y a un año del lanzamiento del cet.la, nuestro centro de estudios. Dos hitos que vienen a recalcar nuestro compromiso con el desarrollo de las telecomunicaciones en la región, en nuestro papel de facilitador del diálogo público-privado, contribuyendo a la formación e información de los actores de la industria, promoviendo el intercambio de conocimientos y las buenas prácticas, así como impulsando marcos regulatorios y políticas públicas propicias para el desarrollo de la industria y la democratización del uso y acceso a Internet.

Sabemos que la historia de las telecomunicaciones de América Latina es la historia de un éxito. El éxito de la masificación del acceso, incluso en países con economías más débiles. En la última década el avance de las telecomunicaciones ha sido vertiginoso, pero no por ello debemos olvidar que la prioridad siguen siendo los no conectados, debemos trabajar en la construcción de un ecosistema digital que promueva la creación de riqueza para todos, facilitando el acceso a una red que debe ser abierta, interoperable y que mantenga su vocación de profundizar el espíritu democrático que hasta ahora ha traído tan importantes beneficios sociales y económicos.

Esta es la motivación compartida que recorre el encuentro más importante del sector en nuestra región y donde somos protagonistas.

ASIET es la mayor y más reconocida Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de América Latina. Nuestros socios son los responsables de que hoy tengamos millones de latinoamericanos conectados a la Sociedad de la Información y nuestra vocación sigue siendo esa: comunicar personas y países, dar acceso a las nuevas tecnologías. Somos las telecomunicaciones de América Latina. Las que permiten, al final del día, que todos tengamos y aspiremos a una mejor calidad de vida.



ENTREVISTA

Mauricio Agudelo

Los organizadores y sus voces

Eduardo Mauricio Agudelo es ejecutivo principal de la Dirección de Análisis y Programación Sectorial de la Corporación Andina de Fomento (CAF). Este banco de desarrollo para América Latina organiza en conjunto con ASIET (Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones), la GSMA (asociación global de todo el ecosistema móvil) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de México el Congreso Regional de Telecomunicaciones. CAF cuenta con visión amplia e integral sobre el mercado de telecomunicaciones, que incluye infraestructura, economía digital, marcos regulatorios, gobiernos y provisión de servicios digitales.

ASIET La Revista conversó con Agudelo sobre los desafíos y expectativas que plantea el #CLT15 en torno a las políticas de telecomunicaciones en la región latinoamericana. El especialista consideró que el “Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones es un espacio liderado por cuatro organizaciones cuyo objetivo es poder generar un espacio de discusión de los desafíos y retos de América Latina. Se busca generar un diálogo entre los sectores para buscar distintas soluciones entre los diferentes participantes de la industria: reguladores, operadores, nuevas empresas desarrolladas en Internet y el sector académico”.

Entre los desafíos que aparecen en el presente y horizonte del mercado, Agudelo sostuvo que “sobresale la transformación de la cadena de valor en los servicios desarrollados en Internet. Así como también el cambio que se evidenció en el control de esa cadena de valor dentro de ese mercado, que fue mutando de un tipo de jugador a otro”.

El representante de CAF explicó que “el nuevo escenario de Internet supone un importante desafío para el sector público. Principalmente para el desarrollo de un marco regulatorio en los distintos mercados de la región que posibilite entender la nueva dinámica. Desde el punto de vista privado –agregó– el nuevo escenario presenta oportunidades para la industria digital y de las TIC en América Latina.

ASIET La Revista: ¿Qué otros desafíos percibe?

Mauricio Agudelo: Otro de los desafíos está basado en las inversiones necesarias en infraestructura de banda ancha. Esas inversiones fueron realizadas por los distintos sectores, sin embargo no son suficientes para poder cerrar la brecha digital. Estudios realizados demuestran que la industria debería erogar alrededor US\$ 20.000 millones anuales al año hasta 2020 para poder recudir la brecha en la región.

La importancia de esta inversión reside en que la digitalización de los distintos sectores posibilita incorporar alrededor de US\$ 200.000 millones al PBI de la región. Es decir que cerrar la brecha digital genera una variación positiva de entre el 4 o 5% en el PBI de cada uno de los mercados de América Latina. Se trata de una evolución importante.

Otro desafío es mejorar la relación público – privada al momento de la financiación del ecosistema de innovación digital. En ese sentido, es necesaria la inversión de alrededor de US\$ 19.500 millones para el desarrollo de innovación digital. No sólo con las positivas iniciativas destinadas a potenciar las startups, sino también a partir de la creación de doctorados y distintos programas destinados a potenciar la innovación en la región.

Adicionalmente, también se necesita una mejora en la capacitación del capital humano. En ese sentido, el ecosistema digital de la región necesita de mayor capacitación y nuevos ingenieros y doctores destinados a potenciarlo. Por el momento, el capital humano representa un déficit en la industria.

Por otra parte, de los últimos congresos, uno de los temas que tuvieron gran participación en los debates fue la utilización y entrega del espectro radioeléctrico, además del desarrollo de iniciativas para aumentar la penetración en sectores de bajos ingresos. Entiendo que estos también son desafíos a emprender.

El mercado latinoamericano

La competencia, tarifas a usuarios finales y la regulación de la industria también fueron temas conversados con Agudelo. Al respecto, consideró que “si bien en temas regulatorios América Latina presentó grandes avances durante los últimos años, aún resta mayor trabajo para llegar a los deseables. De todas maneras se observan avances en los índices de concentración de la mayoría de los mercados, con el ingreso de más competidores, que repercute en mayor competencia. Aunque en algunos mercados se mantiene una concentración más alta que la deseable”.

El especialista consideró que “en términos regulatorios es importante que se generen modelos destinados a mejorar el nuevo escenario de Internet. Así como también para entender los nuevos modelos de negocios y poder articularlos con los operadores tradicionales, equiparando de esa manera las variaciones que se dieron en el mercado. Es necesario generar discusiones sobre la nueva cadena de valor que generaron los servicios de Internet, para de esa manera generar regulaciones acordes al nuevo escenario y para mejorar la competencia en cada uno de los mercados, como también su penetración”.

ASIET La Revista: ¿Cuál es su percepción de las tarifas a los usuarios finales?

Mauricio Agudelo: Si bien la mayoría de los planes se mantienen en términos de montos de dinero total, muchos de estos incrementaron la cantidad de datos a descargar por el mismo precio. En otras palabras, pese a no existir variaciones en el precio final, el aumento en la descarga de datos se transforma en un beneficio importante para el cliente.

De todas maneras, en términos tarifarios siguen existiendo problemas en la base de la pirámide social. Debido a que del 3% al 5% de los ingresos destinados a servicios de comunicación se transforman en poco dinero en ese segmento, por lo que es una de las explicaciones que existen sobre la poca penetración en estos extractos.

ASIET La Revista: ¿Qué aprendizajes y conclusiones dejaron las versiones anteriores del Congreso de Telecomunicaciones?

Mauricio Agudelo: Los congresos anteriores generaron aprendizajes en lo que refiere al marco institucional y de comunicación. De generar un espacio atractivo para agrupar a entidades, autoridades, empresas y sector académico para discutir los avances del sector de las TIC en la región. En este nuevo encuentro se suman entidades que seguramente generaran un gran aporte como CPR LATAM y la UIT. Es decir que es un espacio importante para la discusión y el debate del sector en la región.

ASIET La Revista: ¿Y qué desafíos prevé para 2015 y 2016?

Mauricio Agudelo: Entre los desafíos está el tema del espectro. La posibilidad de generar un debate sobre el espectro que posibilite una visión compartida de políticas a desarrollar sobre el tema en América Latina. En ese sentido, el tema espectro es un input importante en las discusiones del Congreso. Sería muy bueno poder generar a mediano plazo una política compartida de utilización del espectro en la región.

Otro de los puntos importantes es la interconexión en servicios de Internet a nivel regional. Es decir, generar una agenda que posibilite acuerdos para mejorar las políticas de interconexión a servicios de internet en América Latina.

ASIET La Revista: ¿Latinoamérica está realmente preparada para cerrar la brecha digital?

Mauricio Agudelo: La reducción de la brecha digital en la región avanzó bastante, sin embargo aún resta trabajo para poder reducirla. Distintos estudios muestran que en América Latina existen alrededor de 350 a 400 millones de personas conectadas a Internet, es decir que existe alrededor del 50% de la población que carece de acceso a ese servicio.

En ese sentido, como dije anteriormente, es importante la inversión realizada para poder alcanzar mayor penetración en el servicio. Es necesario que el sector invierta alrededor de US\$ 20.000 millones anuales hasta 2020 para poder reducir la brecha en la región.

ASIET La Revista: ¿Qué papel juega la colaboración público-privada para insertar plenamente a Latinoamérica en la Sociedad del Conocimiento y la Información?

Mauricio Agudelo: Hay dos puntos importantes en lo que refiere a la colaboración público-privado. Por una parte, para alcanzar las inversiones necesarias para cerrar la brecha digital es evidente que el sector público, con los problemas que afrontan varios de sus países de la región en distintos sectores, no puede enfrentar por sí sólo la inversión. En ese sentido, cobra mayor importancia el sector privado que, además, debe contar con los incentivos apropiados para que estas inversiones se lleven adelante.

En ese sentido, es importante que se focalice y se realicen trabajos conjuntos para articular de manera eficiente los sistemas de comunicaciones y tecnología para potenciar otros sectores privados. Es decir, la innovación en las TIC debe estar dirigida a sectores de la economía de cada uno de los países que más lo necesiten, como ser el financiero, el agrícola, el minero, el ganadero, entre otros. En otras palabras, los incentivos públicos en investigación y desarrollo, así como los esfuerzos privados en startups, deberían focalizarse en articular con otros sectores de la economía. De esa manera, pueden potenciar de mejor manera la economía de cada uno de los mercados de la región.



FEDERACIÓN INTERNACIONAL

Fe y Alegría

Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social



58 años de historia

E d u c a n d o

20 países

1'528.930 alumnos y participantes

44.530 educadores



Visítanos en www.feyalegria.org
Donaciones <http://donaciones.feyalegria.org/>





Sebastián Cabello, director de la GSMA Latin America, asociación que representa a los servicios móviles y también organizadora del Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones, platicó con ASIET La Revista sobre los retos que enfrentarán los debates del evento y la industria en general.

“Estoy muy contento de poder concretar esta Tercera Edición del Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones. En cada una de las ediciones hemos podido incrementar los programas y los temas a tratar. Como GSMA Latin America, nos interesa mucho que sea un espacio de confluencia para las políticas públicas. Hay ánimo de encontrarse”.



ASIET La Revista: ¿Cuáles son los temas que le generan más expectativa?

Sebastián Cabello: Entre los temas que me despiertan más expectativas se encuentra la nueva economía digital, la seguridad y la privacidad. Son tópicos de los que se viene hablando mucho y se va a hablar mucho más de aquí al futuro.

ASIET La Revista: ¿Qué relación existe entre el desarrollo de la nueva economía digital y la competencia en la industria de telecomunicaciones?

Sebastián Cabello: En el mercado de telecomunicaciones existe una fuerte competencia, pero esta competencia también tiene lugar entre la industria de Internet, los medios y los operadores tradicionales. Todos conforman el desarrollo de la nueva economía digital. En este sentido, ya no está claro cuáles son los mercados relevantes, el escenario está más revuelto, con servicios que son disruptivos, como la voz sobre IP, diferentes formas de entrega de video... También existe mucho debate regulatorio por cuestiones jurisdiccionales, desde regulaciones que apuntan a una sola de estas industrias, cuestiones que atañen adónde se pagan impuestos por determinados servicios y temas de defensa del consumidor, entre otros. Por otro lado, los márgenes de ganancia de los operadores decrecen.

A su vez, América Latina presenta sus propias particularidades, con un entorno macroeconómico particular, cambios de administraciones gubernamentales que provocan fluctuaciones institucionales –y esto lo digo sin tonos valorativos, puede ser para bien o para mal- pero que, en definitiva, puede no haber previsibilidad.



ASIET La Revista: ¿Cómo evalúa la actualidad de las tarifas en Latinoamérica?

Sebastián Cabello: La cuestión tarifaria es muy difícil de evaluar, ya que es compleja su comparación. Existen precios de todo tipo, con muchas promociones de permanente aparición. Son datos pasibles de manipulación que pueden volcar la balanza a favor o en contra de determinado mercado o algún operador.

Si bien existe diversidad de propuestas de planes y precios, por lo general los paquetes de datos que se ofrecen son con velocidades bajas. Sin embargo, es una situación que cambiará en el futuro ya que existe una fuerte inversión en infraestructura para mejorar las redes. Durante el año pasado existieron inversiones superiores a los US\$ 6.000 millones en licitaciones de espectro. Esta situación dará lugar a un incremento de los gastos de capital de los operadores en redes 4G LTE, principalmente.



ASIET La Revista: ¿Qué aprendizajes dejaron las ediciones anteriores del Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones?

Sebastián Cabello: Aprendimos a trabajar en conjunto, con un comité que está formado por muchas organizaciones. Todos hacemos algo, pero ponerse de acuerdo puede ser todo un desafío. En todas las ocasiones fue importante el apoyo de los gobiernos. Para esta tercera edición del Congreso Latinoamericano de Telecomunicaciones contamos con el respaldo del gobierno de México a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que puso muchas ganas y energía. Al evento asisten reguladores de muchos mercados, Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Panamá, Perú, República Dominicana, Costa Rica, El Salvador...El apoyo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones es muy importante. También contamos con la presencia de la red de académicos del CPR (Communication Policy Research), que ofrecerán una nueva perspectiva analítica.

En estos tres años estamos muy contentos de trabajar y colaborar con ASIET. Tenemos miembros en común y cada uno ofrece sus mejores servicios.

ASIET La Revista: ¿Latinoamérica está preparada para cerrar la brecha digital?

Sebastián Cabello: Para cerrar la brecha digital hace falta más colaboración, cooperación y colaboración entre la esfera pública y la privada. Muchos gobiernos promueven redes estatales como soluciones de backbone que no están integradas a los tendidos que de los privados. Es necesaria una mayor complementación. Sin demagogias, es fundamental saber hasta dónde puede llegar cada uno –público y privado- para cerrar la brecha digital. En la región, todavía existe mucho el deslinde de responsabilidades, echarse la culpa unos a otros. Debemos ir hacia un modelo más coordinado. La colaboración es clave para cerrar la brecha digital.



AYUDANOS A SALVAR VIDAS

ESTAMOS PRESENTES EN MÁS DE 70 PAÍSES
CON MÁS DE 400 PROYECTOS EN MARCHA.



Etiopía
© Lali Cambria

Médicos Sin Fronteras (MSF) es una organización humanitaria internacional de acción médica que presta asistencia médica y humanitaria directa a las poblaciones más necesitadas, sin discriminación de ningún tipo.

Asociate a MSF llamando al 0810-222-6732 (MSFA)

Con **\$2 por día** (\$60 mensuales) durante un año, podremos enviar un kit médico de urgencia para 150 personas, o dar tratamiento a 4 niños con desnutrición severa.

**SE PARTE DE UN EQUIPO DE MÁS DE 4.5 MILLONES DE PERSONAS
DE TODO EL MUNDO, EMPEÑADAS EN SALVAR VIDAS.**

www.msf.org.ar/form
[@MSF_Argentina](https://www.facebook.com/medicossinfronteras.org)
www.facebook.com/medicossinfronteras.org



www.signalstelecom.com

Signals Telecom Group está dedicada a la consultoría y provisión de información sobre los mercados de telecomunicaciones de América Latina y el Caribe, con un portafolio completo de productos y servicios a empresas y organismos del sector, tales como operadores, reguladores, fabricantes y asociaciones comerciales.

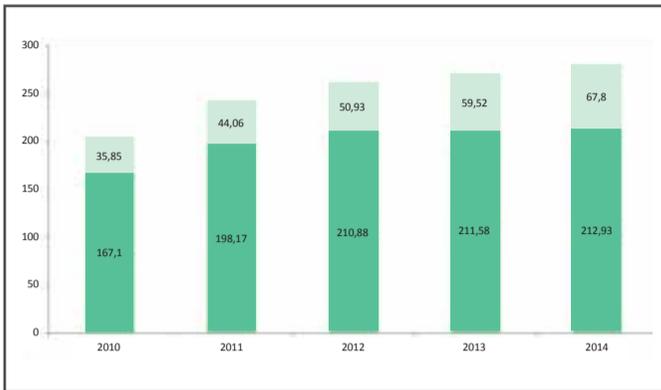
- **Estudios de mercado multicliente**
- **Estudio de mercado "ad hoc"**
- **Proyectos de consultoría especializada**
- **Consultoría en Comunicaciones Corporativas**
- **Desarrollo de Proyectos Editoriales**
- **Presentaciones y Seminarios**



SIGNALS TELECOM GROUP

Telefonía Móvil

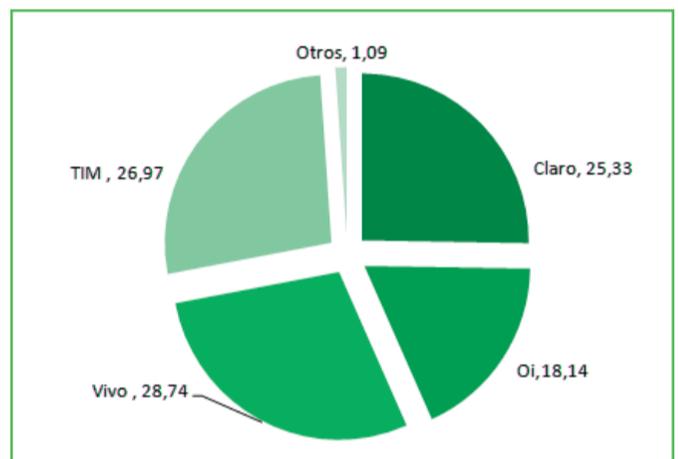
Evolución de Líneas Móviles (millones)



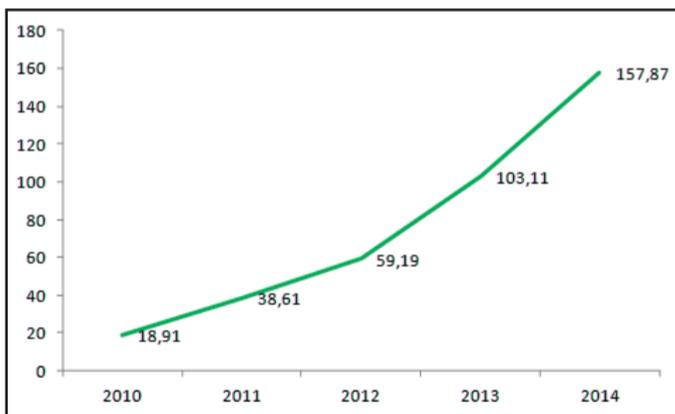
Durante el último año, la telefonía móvil de Brasil tuvo un crecimiento del 3,55%. Los servicios prepagos crecieron un 0,64%, mientras que los postpagos lo hicieron al 13,92%, indicando una migración en la modalidad de contratación, producto de estrategias comerciales.

El mercado de telefonía móvil es dominado por Vivo, que contaba con 79,9 millones de líneas. En segundo lugar aparece TIM con 75,7 millones de líneas y Claro con 71,1 millones.

Participación de Mercado por Líneas (%)



Evolución de Líneas de Banda Ancha Móvil (millones)



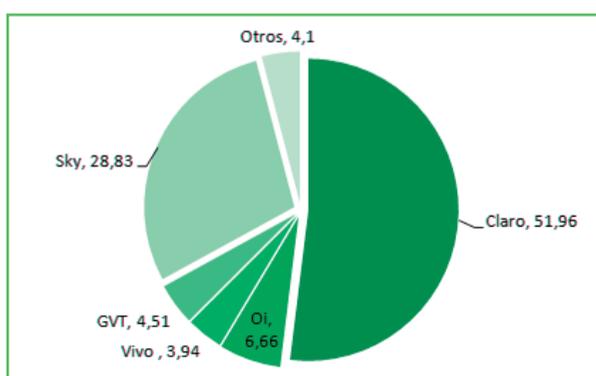
Los servicios de Banda Ancha Móvil (donde se incluyen accesos 3G y 4G) tuvieron un crecimiento del 53,11% durante 2014 para llegar a casi 158 millones de líneas.

El mercado brasileño de banda ancha fija culminó 2014 con casi 24 millones de accesos, lo que representa una penetración por hogar del 36,5%. Durante el último año crecieron un 8,03%

Evolución de Líneas de Banda Ancha Fija (millones)



Participación de Mercado por Accesos (%)



Mercado de TV Paga

Los servicios de TV Paga, según Anatel, tuvieron un incremento anual del 8,63%, para totalizar 19,57 millones de accesos. Llegando así a una penetración de 29,82% de los hogares. Las filiales de América Móvil contaban con 10,16 millones de accesos, seguidas por SKY con 5,64 millones.

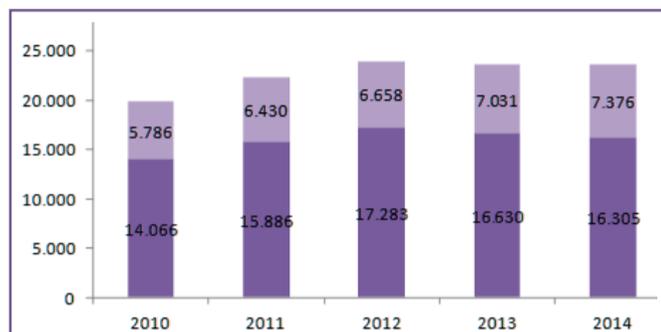
Chile

Datos a diciembre 2014
Fuente: Subtel

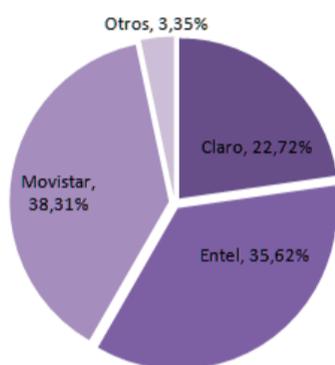
Los servicios de telefonía móvil finalizaron el 4T14 con 23,6 millones de líneas que representaban una penetración del 132,2%. De ese total, unas 9,2 millones eran de banda ancha móvil

Telefonía Móvil

Evolución de Líneas Móviles (miles)



Participación de Mercado por Líneas (%)



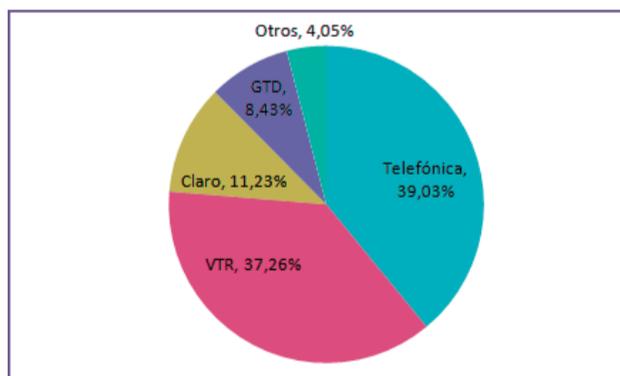
Movistar lidera el mercado (38,31%), seguido de cerca por Entel (35,62%). Claro ocupa el tercer lugar (22,72%). El resto del mercado (3,35%) corresponde a varios operadores móviles virtuales.

La banda ancha fija alcanzó un total de 2,5 millones de accesos, un crecimiento anual del 7,67% en los últimos 12 meses finalizados en diciembre de 2014.

Evolución de Líneas de Banda Ancha Fija



Participación de Mercado por Accesos (%)

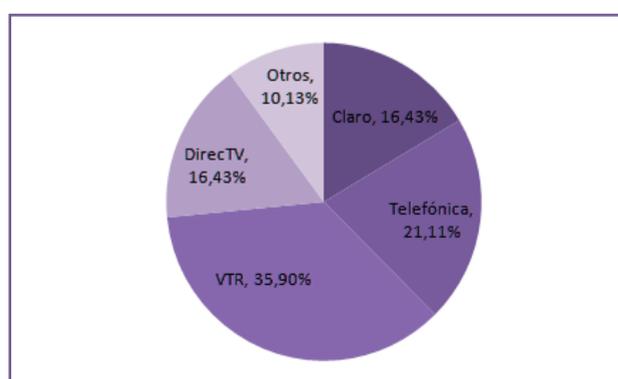


Existe paridad entre los líderes del mercado, con Telefónica que cuenta con el 39,03% de los accesos (principalmente con XDSL) y VTR, que ofrece banda ancha mediante redes HFC.

Mercado de TV Paga

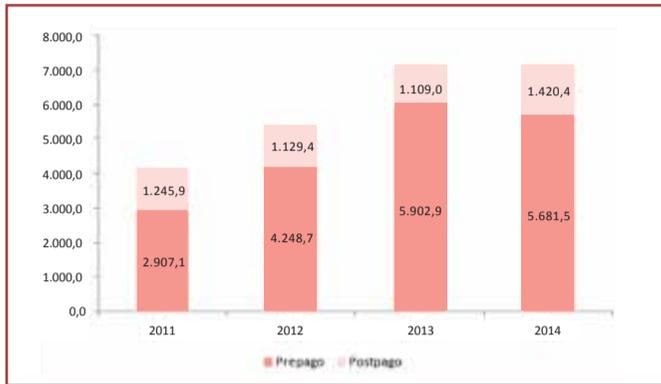
Los servicios de TV Paga alcanzaban los 2,8 millones de suscriptores. Durante el último año este sector tuvo un crecimiento del 9,05%, impulsado por las conexiones satelitales (DTH).

El mercado es liderado por VTR, con el 35,9% de los clientes.



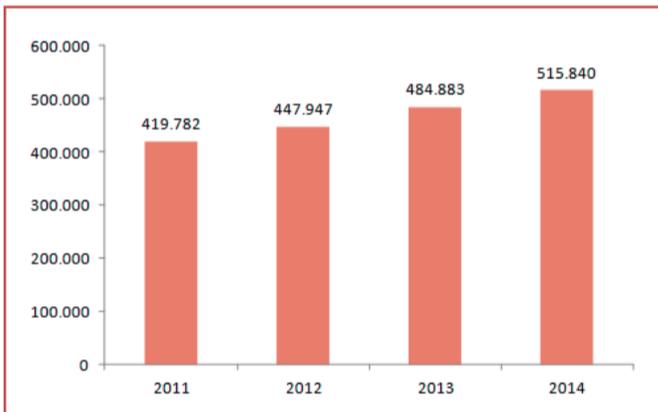
Telefonía Móvil

Evolución de Líneas Móviles (miles)

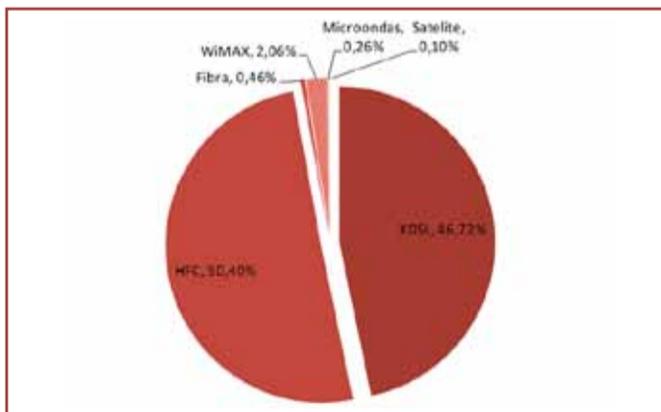


A poco más de tres años del ingreso de Claro y Movistar al mercado, el ICE se mantiene como el mayor operador de servicios móviles, con 4,35 millones de líneas. Los entrantes lograron, entre ambos, arrebatarle el 36,26% del mercado. Por su parte, los operadores móviles virtuales cuentan con el 2,4% de las líneas.

Evolución de Líneas de Banda Ancha Fija



Participación de Mercado por Accesos (%)



Para el cierre de 2014 se registró un aumento del 14% en la cantidad de abonados a servicios de TV Paga con relación a 2013, al llegar a un total de 732.546 suscripciones.

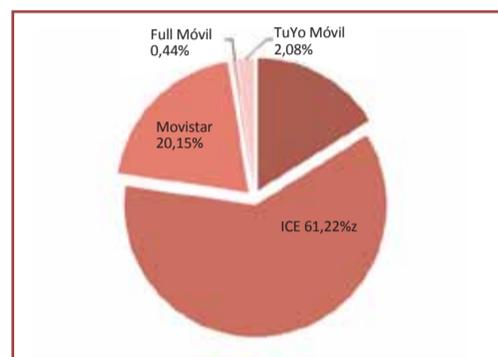
Como se aprecia en el gráfico, es un mercado muy competitivo, con varios operadores con cuotas de participación similares.

Costa Rica

Datos a diciembre 2014
Fuente: SUTEL

Los accesos móviles pasaron de 3.128.372 a 7.111.981 suscripciones entre 2010 y 2013. En el 2014, el mercado perdió 10.089 líneas, una caída del 0,14%, para llegar a 7.101.892. Del total, el 20% corresponde a clientes postpago. Las líneas de banda ancha móvil sumaron 4,29 millones a diciembre 2014.

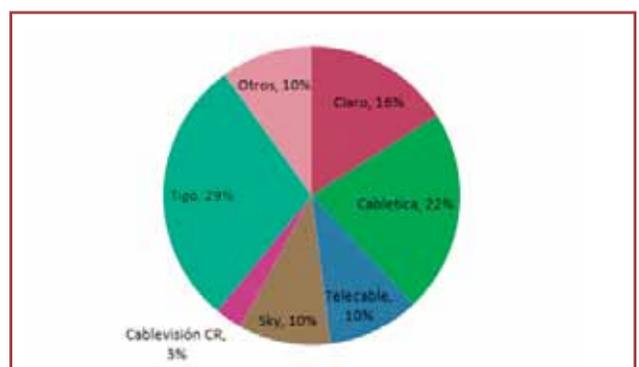
Participación de Mercado por Líneas (%)



El mercado de banda ancha fija se mantiene en aumento desde 2012, cuando se contabilizaron 448.594 suscripciones. Para 2014, se aprecia que este servicio llegó a 515.840 accesos, esto es un 15 % más que en el 2012 y un 6,4 % más que en el 2013.

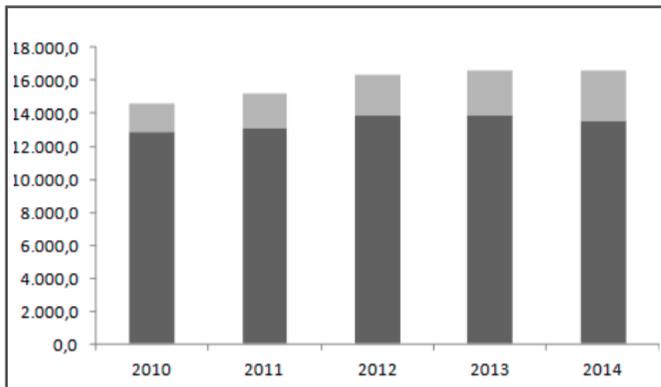
Los accesos vía cable módem (HFC) lideran el mercado de banda ancha fija, con poco más del 50%, seguido de cerca por el XDSL. La fibra óptica, en etapa inicial de despliegue, cuenta con el 0,46% de los accesos, en tanto que tecnologías inalámbricas dan cuenta del 2,42% restante.

Mercado de TV Paga



Telefonía Móvil

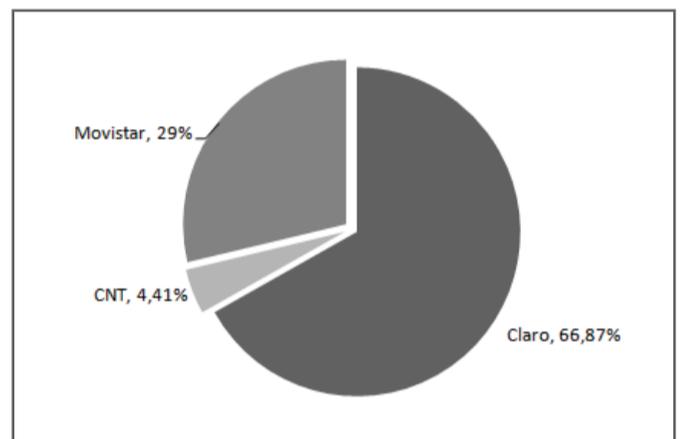
Evolución de Líneas Móviles (miles)



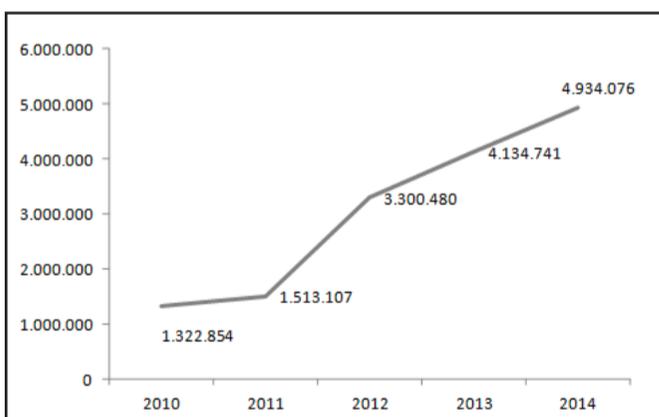
Desde el año 2012, el mercado móvil de Ecuador se muestra estabilizado en su crecimiento, con 17,6 millones de líneas a fin de 2014 y una penetración del 109,8%. De todas formas, existe un crecimiento en los usuarios postpagos –alrededor del 11% en los últimos dos años- producto de estrategias comerciales de los operadores.

Claro posee el amplio liderazgo del mercado en cantidad de líneas, más que duplicando a su seguidor, Movistar.

Participación de Mercado por Líneas (%)



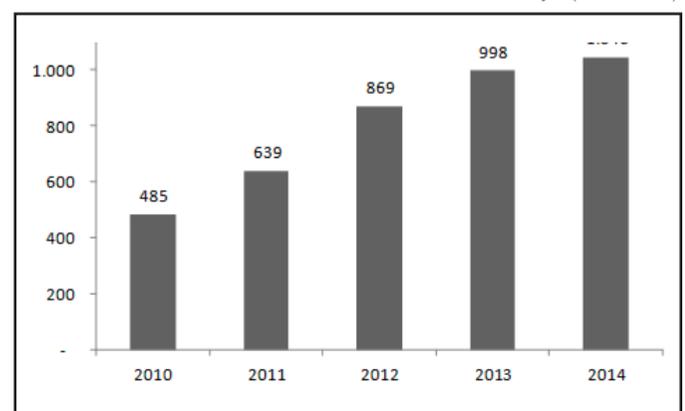
Evolución de Líneas de Banda Ancha Móvil (millones)



Los accesos móviles a Internet han tenido un fuerte crecimiento durante los últimos cinco años. A fin de 2014 llegaron casi a cinco millones de líneas. Claro también lidera este segmento del mercado con el 63,9%.

Durante 2014, los accesos fijos de banda ancha superaron el millón. Del total del mercado, la estatal CNT cuenta con el 57,18% de participación.

Evolución de Líneas de Banda Ancha Fija (millones)



ACTUALIDAD

Los principales operadores de América Central optan por suprimir el roaming

Los tres principales operadores con presencia en América Central, Claro, Movistar y Tigo, optaron por la supresión del cobro de roaming de datos a sus usuarios de postpago. La estrategia replica una política existente, que fue la eliminación del cobro de la itinerancia de voz en los mercados donde cada uno de estos jugadores está presente.

La presencia de las filiales de estos grandes operadores, sumada a la posibilidad de contar con backbone propio dentro del istmo les permite reducir costos dentro de redes propias. De esta manera, los tres jugadores buscan aprovechar el crecimiento de los servicios OTT de mensajería que van relegando a los servicios de voz y de mensajería tradicional.

El primero en optar por esta política fue Claro, con foco inicial dirigido exclusivamente a usuarios postpagos. La eliminación de los cargos de roaming está disponible para los usuarios de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Panamá. La supresión de los cargos de itinerancia incluye, además de la banda ancha móvil, a los servicios de voz y SMS.

A esta estrategia se sumó Movistar, quien anunció que sus clientes podrán utilizar sus planes de datos en los países de América Central y México con las condiciones y tarifas que rigen localmente. La propuesta está activa para usuarios prepago, postpago y mixtos e incluye Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Panamá y México.

Tigo fue el último de los operadores con presencia regional en sumarse a la oferta. En El Salvador lanzó roaming con tarifa local en servicios de voz, SMS y banda ancha móvil para

viajeros a Guatemala y Honduras. El servicio estará disponible para aquellas personas que tengan contratado un plan postpago ilimitado. A diferencia de sus competidores, la oferta está activa sólo en el Triángulo Norte de Centroamérica, es decir donde el operador cuenta con redes móviles.

Los operadores buscan aprovechar su despliegue en la región para generar promociones de productos y servicios conjuntas. Cabe resaltar que la presencia de los operadores en determinados mercados de la región facilita el despliegue de este tipo de tácticas comerciales. América Móvil posee filiales de Claro en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá; Movistar está presente en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá, y que Millicom ofrece servicios móviles en El Salvador, Guatemala y Honduras. Debido al tamaño de cada uno de los mercados que conforman América Central, estos jugadores ven a la región como un gran mercado en conjunto. Así, suelen replicar sus ofertas, marcas, estrategias y tecnologías, con mínimas adaptaciones a cada uno de los mercados, con la finalidad generar mayores escalas de negocios.

ACTUALIDAD

Cono Sur

Internet. Según el Indec de Argentina, al 1T15 se registraron 14,6 millones de accesos residenciales a Internet. El servicio tuvo un incremento del 9,5%, respecto a 13,3 millones registrados en 2014. Los servicios móviles aportaron el 57,9% del total de conexiones, con un incremento interanual de 10,4%. En tanto, los accesos fijos aumentaron un 4,5% respecto del año anterior.

Internet móvil. Chile cuenta con 23,7 millones de líneas móviles en 1T15, lo que equivale a una penetración del 132%. Según Subtel, el 77,8% de los accesos a Internet se hace a través de un móvil. El regulador destacó que a marzo de 2015 existían 10.361.067 conexiones móviles de Internet en el país, el 78% por medio 3G. Si bien 4G representa el 7,8% del total, la tecnología tuvo un incremento anual del 8.196%, que le posibilitó totalizar 814.413 conexiones.

Fibra. Las conexiones de fibra óptica llegarán al 97% de los distritos de Paraguay para final de 2015, según Conatel. Para este año ya alcanzaron 250 municipios. A mediados de 2016 estarán conectados todos los distritos del país.

LTE. Personal Argentina cuenta con 50.000 clientes que usan de manera activa el servicio LTE. Según el operador, más de 500.000 clientes poseen con un teléfono móvil apto para la tecnología. La mayor penetración de estos usuarios se localizó principalmente en Capital Federal con un 70%, mientras que el mayor consumo de datos 4G por usuario se da en la provincia de Córdoba. La red 4G fue encendida a mediados de diciembre de 2014.

I+D. Telefónica inauguró el primer Centro de Excelencia Internacional de I+D en Latinoamérica que estará centrado en IoT. Las instalaciones, ubicadas en Chile, demandaron una inversión de US\$ 24 millones, aportados por el operador, Corfo y la Universidad del Desarrollo. El objetivo es desarrollar productos y servicios que se comercialicen, de aquí, a los próximos 20 años. Serán destinados específicamente en áreas de trabajo como minería, agricultura y ciudades inteligentes.

Límite. El 21% de los suscriptores a TV paga en todo el país tenía contratado DirecTV al cierre de 2014 en Uruguay, según el regulador. El operador está cerca de alcanzar el límite de suscriptores en todo el territorio nacional, que es del 25% según la regulación. DirecTV es la empresa con mayor crecimiento en el mercado local. En 2011 tenía 52.000 suscriptores y llegó a los 149.000 en 2014; en el último año creció un 24%.

ACTUALIDAD

Región Andina

Acceso Móvil. Del total de conexiones a Internet en Bolivia el 96% son móviles, ya sea por tecnología 2G, 3G o 4G. De acuerdo con el regulador ATT, a diciembre de 2014 se registraban 4.191.246 conexiones a Internet en el país, es decir una penetración del 46,3%. Los accesos fijos alámbricos representan el 3,39% del total del universo de conexiones de Internet: 169.126, mientras que las conexiones inalámbricas representan el 0,22%, es decir unas 11.061. Durante 2014, el mercado de Internet registró un crecimiento anual del 77%.

Listas negras. Según Arcotel de Ecuador, se reportaron 238.423 teléfonos móviles robados entre enero y mayo de 2015. Un incremento del 22% en relación a igual período de 2014. El año pasado, el regulador había reportado 194.527 líneas móviles.

Inversión. Telefónica invertirá US\$ 2.000 millones en Perú hasta 2017. El objetivo es construir infraestructura de telecomunicaciones y atender las nuevas necesidades de sus clientes. El anterior plan de inversiones en Perú fue de US\$ 1.800 millones para el periodo 2014-2016.

VoLTE. Avantel anunció el lanzamiento comercial de su servicio de voz sobre LTE (VoLTE). El operador realizó una inversión de más de US\$ 5 millones, con infraestructura de Nokia Networks. Se trata del primer operador de Colombia en desplegar la tecnología. Con la implementación de VoLTE, el servicio de voz no se cobra por minutos, sino que se cobrarán paquetes de datos.

TV Paga. Los de TV Paga superaron los 1.249.513 suscriptores en Ecuador a marzo de 2015. Según Arcotel el sector tuvo un crecimiento de 7,95% con respecto al año anterior. De acuerdo con el organismo, el servicio de TV paga, a marzo de este año, cubre 29,51% de la población ecuatoriana. Al cierre de 2014 Ecuador contaba con 1,18 millones de suscriptores en la TV paga, lo que se traduce en un incremento para el primer trimestre del 2015 de 7,95%.

Smartphones. El mercado móvil de Venezuela tuvo un crecimiento del 25% en smartphones durante 1T15, para totalizar 11,6 millones. El regulador destacó que en ese periodo, 30,2 millones de personas estaban suscritas al servicio telefonía móvil. De ese total, 51% correspondían a Movilnet (más de 15,4 millones), 33% (10,5 millones) a Movistar y 16% (4,8 millones) a Digitel. Asimismo 12,2 millones de usuarios tenían al menos un plan de datos: el 46% de los planes de datos los concentraba Movistar, 29% Digitel y 25% Movilnet. El tráfico de datos móviles en el trimestre creció un 67%, desde 7.268 millones de Terabytes hasta 12.105 millones de TB.

ACTUALIDAD

América Central

DTH. Cable Onda, principal operador de TV paga de Panamá, lanzó servicios comerciales de TV paga satelital. La empresa realizó inversiones por US\$ 1 millón. En el país existen cerca de 500.000 suscripciones de TV paga.

Billetera Móvil. El Banco Mundial destacó que El Salvador triplicó el porcentaje de adultos con servicios financieros del 13% en 2011 al 36% en 2014. El mayor impulso proviene de Tigo Money. Desde su lanzamiento, en 2011, el operador cuenta con más de 880.000 usuarios, que realizan alrededor de 2 millones de transacciones financieras al mes.

Listas Negras. En abril, las listas negras del mercado móvil de Honduras alcanzaron un total de 18.420 terminales bloqueados. En el último año, entre Claro y Tigo se bloquearon 151.452 móviles. Conatel instauró las listas negras en mayo de 2014. Desde entonces Tigo lleva bloqueadas 115.044 líneas, mientras Claro incluyó en la lista 36.408 aparatos. En promedio, durante el último año, se bloquearon 12.000 móviles por mes.

Fibra. Hondutel presentó un plan de inversión de casi US\$ 1 millón para desplegar una red de fibra óptica. El objetivo es reemplazar la actual red de cobre. La empresa estatal logró un acuerdo en marzo con un inversor para recibir capitales por US\$ 15 millones, que le permitirá realizar la renovación de su red. El operador está relegado dentro del mercado de banda ancha, detrás de Cable Color, Claro y Tigo.

Nube. Google desplegará servicios cloud en América Central junto a Tigo. El objetivo es ingresar a pequeñas y medianas empresas con Google Apps for Work. El alcance del acuerdo entre el gigante de Internet y el operador llega a Guatemala, Nicaragua, Honduras y Costa Rica. Google considera que Centroamérica está lista para dar el salto a la utilización de estas herramientas.

México

Inversión. AT&T invertirá alrededor de US\$ 3.000 millones para desplegar una red móvil de alta velocidad en México. El objetivo es cubrir en los próximos tres años a 100 millones de personas. La inversión se suma a los casi US\$ 4.400 millones que AT&T destinó a la compra de Iusacell y Nextel. El operador quiere crear la primera área de servicio móvil de Norteamérica, con 400 millones de personas y negocios en México y Estados Unidos.

OTT. América Móvil y Televisa aumentan su presencia en servicios OTT a partir de sus propias estrategias multipantalla. Sumados a Axtel, Megacable y Dish, los dos gigantes del mercado poseen aplicaciones para móviles y web para streaming de video. Los canales web deportivos de Grupo Televisa tienen una audiencia de 1,46 millones de visitantes únicos mensuales en móviles y un 1,14 millones en PC. En tanto, América Móvil cuenta con Claro Video, con más de 14 millones clientes en México y un potencial de alcanzar a los 93,6 millones clientes de telefonía fija y móvil de la firma en el país.

Lanzamiento. Telcel presentó Internet Compartido, servicio que permite al usuario adquirir un paquete adicional al plan ya adquirido. Además brinda la posibilidad de elegir 10 personas para que disfruten del servicio en forma simultánea en cualquier parte de México.

Portabilidad numérica. Hasta abril se realizaron 2.147.770 trámites de portabilidad. De ese total, el 93% fue de telefonía móvil y 7% en telefonía fija. Entre febrero y mayo de 2015, Telefónica perdió 421.003 usuarios, producto de haber donado 882.802 números y haber recibido 461.799. Para Telmex, la pérdida neta fue de 46.340 líneas, ya que 75.786 usuarios cambiaron de operador y 29.446 llegaron a la compañía. Dentro del segmento móvil, Telcel fue la que tuvo más altas, con 1.013.700 usuarios netos al donar 455.384 números y recibir 1.469.084. En contraparte, Iusacell tuvo pérdidas entre febrero y mayo de este año, pues 372.818 usuarios se fueron de la compañía y 55.738 llegaron.

ACTUALIDAD

Caribe

Acciones. Digicel planea lanzar una IPO para comenzar a cotizar en la Bolsa de New York. El objetivo es alcanzar una recaudación de US\$ 200 millones. La oferta pública inicial será de acciones clase A y bajo el nombre “DCEL”. Entre los suscriptores de la operación se encuentran JP Morgan, UBS Investment Bank y Citigroup; por su parte Barclays Capital Inc. y Credit Suisse Securities LLC actuarán como entidades colocadoras.

Inversión. Altice invertirá este año DOP 6.000 millones (US\$ 132 millones) en República Dominicana. Cada una de las operaciones de la empresa en ese mercado (Orange y Tricom) recibirá el 50% del dinero. Las inversiones contempladas para 2015 ya se han ejecutado en un 30%. Para este año, quiere desplegar una red de fibra óptica que alcance 200.000 hogares; en la actualidad existen unos 15.000 hogares cableados.

Móviles. Etecsa cuenta con tres millones de líneas móviles a abril. El operador tiene como objetivo crecer unas 800.000 líneas anuales entre 2015 y 2018. En Cuba la cobertura de la red móvil alcanza un 74,35% del territorio nacional, lo que da cobertura al 83,63% de la población.

Drones. Cable and Wireless comenzó a probar drones para acelerar la restauración de conectividad de sus redes luego de la temporada de huracanes y tormentas tropicales que comenzó en junio. Los drones se encargarán la vigilancia aérea de la infraestructura de comunicaciones que eliminaría efectivamente la necesidad de personal de la empresa para llevar a cabo tareas peligrosas.

Europa

5G. La UIT cerró la hoja de ruta general para el desarrollo de móvil 5G. La organización definió la tecnología bajo el término “IMT-2020”. Además definió los objetivos, los procesos y el calendario general para el desarrollo de los sistemas móviles 5G luego de la reunión del Grupo de Trabajo 5D del UIT-R, celebrada en San Diego (California). El proceso está muy avanzado, en estrecha colaboración con los gobiernos y la industria móvil mundial.

Regulación. La Unión Europea (UE) aprobó la reforma de la ley de protección de datos de los ciudadanos en Internet. La medida se tomó después de tres años y medio de debates para lograr una posición común. El punto central de la reforma es la creación del derecho al olvido.

Sonidos. TeliaSonera invirtió US\$ 115 millones en adquirir el 1,4% de Spotify. La aplicación de música logró recaudar alrededor de US\$ 526 millones y está valorada en US\$ 8.530 millones.

Spotify también anunció que cuenta con más de 20 millones de suscriptores y más de 75 millones de usuarios activos. TeliaSonera explicó que las dos compañías están focalizándose en encender la agenda de innovación conjunta en áreas tales como la distribución de los medios de comunicación, conocimiento del cliente, análisis de datos y la publicidad.

Smartphones. Según la última edición de Ericsson Mobility Report, para 2020 el 70% de la población mundial contará con un smartphone. Es decir que se duplicará la cantidad de teléfonos inteligentes en el mercado, con un total 6.100 millones. Asimismo, destaca que el 90% de la población estará cubierta por banda ancha móvil. Se prevé que el uso de datos móviles aumente diez veces en 2020. Para ese momento, el 80% de todo el tráfico de datos móviles vendrá de los teléfonos inteligentes.

ACTUALIDAD

Asia

VoLTE. El Ministerio de Ciencia y Planificación del Futuro (MSIP) de Corea del Sur anunció que está presionando para comercializar VoLTE entre los tres operadores de telefonía móvil a través de un servicio de prueba a finales de junio. Quiere interoperabilidad entre los operadores. Hasta el momento, los servicios de VoLTE podían usarse solamente dentro de un mismo operador y las comunicaciones sólo se pueden realizar entre usuarios que poseen los mismos equipos.

Alianza. Telefónica y China Unicom anunciaron el inicio de un programa estratégico de colaboración para comprar terminales móviles aprovechando la escala de ambos. El objetivo principal es la adquisición de smartphones con especificaciones comunes. El primer resultado de la colaboración se concretó con la compra de terminales 4G a Lenovo y TCL.

IoT. Huawei anunció un sistema operativo dedicado para dispositivos de IoT, denominado LiteOs. La plataforma, que ya está disponible comercialmente, es un software de código abierto que apuesta a ser liviano, tiene apenas 10 Kb en total, para contar con mayor eficiencia energética y desempeño del 80% más rápido para conectar objetos.

Estados Unidos

Satélites. SpaceX pidió permiso al gobierno de los Estados Unidos para probar un proyecto que proporcionaría Internet desde el espacio. La empresa utilizaría satélites enviados por el Falcon 9. La compañía contempla lanzar 4.000 satélites pequeños y baratos que transmitirían la señal a cualquier parte del mundo. Las pruebas comenzarían en 2016 si es que la FCC da luz verde. Los ensayos pondrán a prueba las antenas de los satélites para concluir si son capaces de ofrecer Internet de alta velocidad y sin interrupciones.

Quiebra. NII Holdings anunció que cumplió las condiciones del Plan Conjunto de Reorganización de la Compañía que había impuesto por el Tribunal de Quiebras de Estados Unidos para el Distrito Sur de Nueva York el 19 de junio 2015. De esa manera, el conglomerado logró superar con éxito los procedimientos del Capítulo 11 de la Ley de Quiebras de ese país.

DISPUTAS por sistemas operativos de internet de las Cosas

Internet de las Cosas (IoT) pasó de ser una tendencia enunciativa a mostrar los primeros indicios de ser una realidad en el sector de las telecomunicaciones. Distintos jugadores comenzaron a trabajar en la búsqueda de oportunidades que el segmento representa: entre otras, sobresale la creación de un sistema operativo pensado para IoT.

Para atender esa demanda, Google presentó Brillo, una plataforma que será lanzada este año para que cualquier artefacto pueda comunicarse con otro. El objetivo del gigante de Internet es que cualquier tipo de objeto pueda ser conectado a la web. La plataforma se creó para que fabricantes y desarrolladores puedan trabajar con el objetivo de interconectar todo tipo de dispositivos. La plataforma, derivada de Android, tendrá mínimos requisitos para funcionar. La versión para desarrolladores llegará durante el tercer trimestre.

Por su parte, Samsung confía en que la IoT se convierta en una fuente de ingresos suficiente para compensar el declive de ventas de sus smartphones. Para ello desarrolló la plataforma Artik, que según la empresa facilitará y acelerará la creación de nuevas aplicaciones, debido a su apertura, seguridad y versatilidad, ya que se adecúa a diferentes necesidades, como dispositivos vestibles, domótica, iluminación inteligente y aplicaciones industriales.

Otro de los jugadores que se sumó a la ola IoT fue Huawei, quien creó un sistema operativo dedicado a Internet de las Cosas, el LiteOs. La plataforma, que ya está disponible comercialmente, es un software de código abierto que apuesta a ser liviano, tiene apenas 10 Kb en total, para contar con mayor eficiencia energética y desempeño 80% más rápido para conectar objetos, según la empresa.

Huawei adelantó que la compañía está abierta a acuerdo con desarrolladores - ya cuenta con algunos, una empresa de robótica para la industria China- y existen unos cuatro o cinco acuerdos. Al tratarse de un código abierto que no hay intención de retorno inmediato.

El mercado de IoT pasó de ser una promesa impresa en presentaciones a acaparar la atención del sector que ve en todas las cosas una oportunidad de crecimiento. En ese sentido, quien logre imponer un sistema operativo contará con una gran ventaja en el futuro. Restará saber quién podrá ocupar el lugar de Windows en las computadoras o de Android en los smartphones.

Apple Music inició servicios de streaming

Apple Music se lanzó al mercado el último día de junio. Para utilizar el servicio los usuarios deben instalar el iOS 8.4 accediendo a ajustes, general y actualización de software.

Apple Music es gratuito durante los tres primeros meses. Después del período el usuario puede suscribirse por US\$ 9,99. Además de los Estados Unidos, otros 100 países recibirán el servicio.




Gol promete primer avión con Internet y entretenimiento a bordo para 2016.

La aerolínea confirmó un acuerdo con la empresa de conectividad y entretenimiento a bordo Gogo para la oferta de servicios de acceso a Internet en banda ancha y entretenimiento.

La propuesta consistirá en un servicio de canales de TV paga y video bajo demanda en sus aeronaves a partir del primer semestre de 2016. La expectativa es que toda la flota de Gol tenga el sistema instalado en tres años.

Gogo equipará aeronaves de Gol con tecnología de antenas dobles 2Ku para oferta de acceso a Internet con picos de 70 Mbps y sistemas de entretenimiento a bordo por medio de una plataforma de IPTV con películas, series, juegos y contenidos "pay per view". La conectividad en banda Ku de Gogo utiliza satélites de Intelsat y de SES y ya funcionan en más de 50 aviones en el mundo.

El sistema de entretenimiento es distribuido por WiFi y podrá accederse por cualquier dispositivo que posea el usuario: smartphones, tabletas o notebooks. Gogo tiene acuerdo con diez compañías aéreas en todo el mundo, conectando más de 6.000 aeronaves y sumando más de 55 millones de sesiones de Internet.



Comercio electrónico superará los US\$ 100.000 millones para 2018 en América Latina.

El comercio electrónico superará los US\$100.000 millones en América latina para 2018, lo que representará un incremento del 177% con respecto a 2014. Las cifras se sustentan, en parte, por el aumento de la conectividad y el acceso a dispositivos inteligentes.

Según un estudio de IDC auspiciado por Paypal sobre E-commerce en Latinoamérica, los países que más gastarán en línea hacia 2018 serán Brasil (concentrando la mitad del mercado del comercio electrónico), México y Chile. Actualmente, el consumo promedio es de US\$ 413, frente a los US\$ 1.500 de los consumidores con mayor poder adquisitivo.

Además, para este año los consumidores pretenden aumentar el valor de sus compras. En esa línea, Colombia presenta la mayor tasa de crecimiento (83%), seguido por México y Brasil con alrededor de 30%, Perú (25%), Chile (22%) y Argentina (19%), mientras que el usuario promedio estadounidense lo hará en 3%.

El reporte analiza las tendencias de los consumidores digitales en seis países de la región: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. La investigación analizó las respuestas de alrededor de 1.800 cibernautas y descubrió los hábitos en línea de las personas con mayor poder adquisitivo (segmentos A/B)



Entre otras conclusiones, sobresale que en 2012, poco más del 42% de la población de los seis países encuestados tenía acceso a Internet. Se prevé que en tres años, 6 de cada 10 ciudadanos estén conectados a Internet, siendo Chile el país con la mayor penetración (71%), seguido de Argentina (68%) y Colombia (66%).

En la actualidad, los latinoamericanos pasan en promedio casi 25 horas al mes en Internet, siete horas menos que la media mundial. Sin embargo, en el caso de las personas con mayor poder adquisitivo este promedio se dispara a 380 horas al mes.

Facebook Messenger rebasa los 1.000 millones de descargas en Android



Facebook Messenger superó la marca de 1.000 millones de descargas en Google Play, tienda oficial de aplicaciones para Android.

Con la cifra, el Messenger llega al mismo record de otra apps con más de 1.000 millones de descarga en la tienda de Google, como WhatsApp, Gmail, YouTube y Maps.

Es necesario recordar el hecho de haber descargado la aplicación 1.000 millones de veces no significa que exista la misma cantidad de usuarios activos. En noviembre de 2014, Facebook indicó que existan 500 millones de usuarios de aplicaciones de conversación.

El 89% de las aplicaciones descargadas por usuarios de smartphones son borradas

El 89% de las aplicaciones que descargan los usuarios de teléfonos inteligentes son finalmente borradas en Android; en Apple el índice alcanza el 82%.

Así lo indica un nuevo estudio de Verto Analytics, donde se destaca que la recomendación entre usuarios es un elemento fundamental para convencer a alguien de que pruebe una aplicación nueva, aunque la necesidad inmediata de una función determinada o la simple atracción del icono también afectan.

La investigación muestra que los usuarios de Android están más dispuestos a probar aplicaciones nuevas de redes sociales, pues durante 1T15 descargaron un promedio de 1,4 aplicaciones sociales, frente a las 0,44 de los usuarios de iOS, que a su vez prefieren los títulos de salud y forma física, productividad, meteorología y medicina.

Durante el primer trimestre del año, el número promedio de descargas en casi todas las categorías de aplicaciones estuvo dominado por los usuarios de Android. La única categoría en la que las descargas de iOS superaron a las de Android fue la de productividad.



Twitter en América Latina

El Presidente de México, Enrique Peña Nieto (@EPN) es el líder latinoamericano con más seguidores superando por poco al Presidente de Colombia, Juan Manuel Santos (@JuanManSantos) y a la Presidenta de Argentina, Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) que cuentan con más de 3,6 millones de seguidores cada uno. La Presidenta de Brasil, Dilma Rousseff (@dilmabr) y el Presidente de Venezuela, Nicolás Maduro (@NicolasMaduro) completan el top 5 de Latinoamérica, con 3,3 y 2,4 millones de seguidores respectivamente.

Cuatro de los cinco líderes más activos en Twitter en el mundo son de América Latina: la presidencia de México (@PresidenciaMX) es la más activa, publicando en promedio 68 mensajes al día. Le sigue la del presidente venezolano Nicolás Maduro con 64 mensajes diarios, promedio. En cuanto a los gobiernos, el de México (@gobrep) es el más prolífico con 60 tuits al día que además repite con frecuencia sus mensajes para capturar distintas audiencias en momentos diferentes. Cerca se encuentra el gobierno venezolano (@PresidencialVen) que ha enviado un total de 60.000 tuis, casi 41 mensajes diarios en promedio.



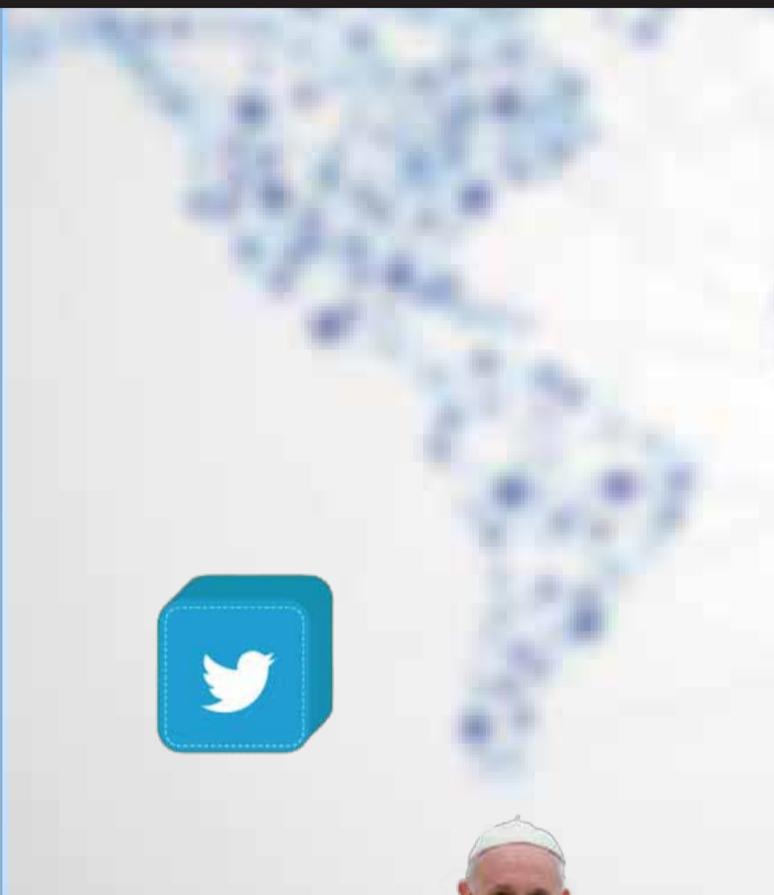
El líder más influyente en Twitter es el Papa Francisco

El Papa Francisco (@Pontifex) es el líder mundial más influyente, con un promedio de 10.000 retuits por cada mensaje enviado.

La red social de los 140 caracteres se ha convertido en la preferida de los líderes mundiales para alcanzar audiencias grandes con mensajes clave, según el estudio anual "Twiplomacy".

Hasta el 24 de marzo de 2015, entre todos los líderes mundiales habían enviado un total 2.632.657 tuits, con un promedio de cuatro por día. Sumando las 660 cuentas de los líderes mundiales, la audiencia llega a 212.059.775 seguidores. La media de seguidores es de 14.850.

El estudio, confeccionado por Burson-Marsteller, analiza 660 cuentas de gobierno en 164 países y encontró que el 85% de los 193 gobiernos de las Naciones Unidas tienen presencia en Twitter. El 70% de los jefes de estado y gobierno tienen cuentas personales de Twitter y sólo 29 países, principalmente de África y Asia-Pacífico carecen de presencia en la red social del pajarito.



@Pontifex

Los cinco líderes mundiales más seguidos fueron el Presidente de los Estados Unidos, Barack Obama (@BarackObama) (57 millones de seguidores en la cuenta de su campaña presidencial), el Papa Francisco (20 millones de seguidores en las nueve cuentas en todos los idiomas), el Primer Ministro de la India (@NarendraModi), el Presidente de Turquía, Recep Tayyip Erdoğan (@RT_Erdogan) y la Casa Blanca @WhiteHouse.

Si bien, @BarackObama es el líder global más seguido, el Papa Francisco (@Pontifex) es el líder mundial más influyente, al tener un promedio de 10.000 retuits por cada tuit enviado desde su cuenta en castellano. En comparación, los mensajes de @BarackObama solo se reenvían un promedio de 1.210 veces.

Es interesante observar que los líderes siguen a pocos de sus colegas y en general no interactúan con otros usuarios. @BarackObama y @WhiteHouse únicamente siguen a otros cuatro líderes mundiales: la Primera Ministra de Noruega (Erna Solberg), al Presidente del Gobierno de Rusia (Dmitry Medvedev), a la cuenta del Gobierno del Reino Unido y al Ministro de Relaciones Exteriores de Estonia (Keit Pentus).

Entrevista Socios ASIET

Arancha Díaz-Llado, directora de Relaciones Internacionales de Telefónica, da su visión a futuro sobre la industria TIC.

ASIET La Revista: ¿Qué tendencias TIC prevé para los próximos tres a cinco años en América Latina?

Arancha Díaz-Llado: Aunque resulta evidente que cada región tiene sus particularidades, la primera característica de la revolución digital que estamos viviendo es que es mundial y eso nos permite detectar tendencias globales muy marcadas. La primera que destacaría es la fusión del mundo real y el mundo virtual. Cada vez más evolucionamos hacia un mundo digital hiper conectado, con dispositivos más inteligentes que abren nuevas posibilidades de comunicación, productividad y entretenimiento. El Internet de las cosas seguirá creciendo, ligado además a la creciente necesidad del usuario de estar conectado desde cualquier dispositivo, en todo momento y en cualquier lugar. Destacaría, además, la tendencia a la movilidad y la computación en la nube, que también esperamos experimente un crecimiento exponencial en los próximos años.

América latina no es ajena a estas tendencias. De hecho Latinoamérica es la región del mundo donde el hiper sector TIC (que incluye, además de servicios de telecomunicaciones, el hardware, software, servicios IT, dispositivos, contenidos digitales y de entretenimiento) crecerá a mayor velocidad en los próximos años. El crecimiento medio del sector anualmente en la región será de 6,6% frente a 4,8% en el mundo.

ASIET La Revista: ¿Cuáles son los desafíos de la industria para el próximo lustro?



Arancha Díaz-Llado: Si tuviera que resumir los desafíos de la industria en una palabra, no tendría ninguna duda: INVERSIÓN, en mayúsculas. El primer y más importante desafío de la industria es asegurar que el sector continúe invirtiendo en infraestructuras de forma sostenida y mantenga su capacidad de innovar para desarrollar servicios útiles para sus usuarios y reducir las barreras de entrada. Siempre mencionamos el mismo ejemplo, pero creo que es muy significativo: el espectacular desarrollo de la industria móvil en la última década. Allí donde seamos capaces de establecer las condiciones de mercado que aseguren un retorno adecuado a la inversión, la sociedad de la información avanzará más rápidamente. En este sentido, el desafío para nuestro sector es que sector público y privado afrontemos los retos de manera conjunta, cada cual desde su ámbito de competencia.

ASIET La Revista: ¿Qué temas considera deben tener más atención de los reguladores?

Sociales: EVENTOS

Arancha Díaz-Llado: El cliente, y su capacidad de decisión informada, debe ser el eje sobre el que pivote el marco regulatorio. Por ello, en el plano general, el mejor modelo regulatorio es el que está adaptado a la realidad de cada país, de cada mercado y de cada momento.

Si nos centramos en asuntos más específicos, destacaría en primer lugar la política de competencia. Un elemento vital del marco regulatorio y la políticas públicas es encontrar un equilibrio entre competencia e incentivos para innovar e invertir. Sólo así serán capaces de asegurar la calidad de los servicios prestados.

Adicionalmente, es evidente que las transformaciones tecnológicas han tenido una importancia decisiva en la evolución de los marcos regulatorios. De hecho, creo que éste es uno de los mayores retos a los que los reguladores se enfrentan actualmente: ser lo suficientemente ágiles para adaptarse a la realidad de un hiper sector en el que operan actores muy diversos, se ofrecen cada día nuevos servicios convergentes, cambia a gran velocidad el comportamiento de los consumidores y surgen desafíos como los que suponen el equilibrio entre privacidad y seguridad. En este punto, es importante que la regulación sólo intervenga cuando existan fallas en las fuerzas del mercado y facilite la libre e informada elección de los consumidores. Para ello debe evitar tratos favorables basados en la naturaleza de los agentes.

ASIET La Revista: ¿Sobre qué temas considera que serán las aplicaciones de mayor éxito en la industria?

Arancha Díaz-Llado: Es difícil hacer pronósticos en una industria que cambia y evoluciona a una velocidad de vértigo. Diría que las aplicaciones TIC que mayor éxito serán aquellas que logren aportar soluciones a problemas reales que amenazan la sostenibilidad de nuestro estilo de vida. Un ejemplo: los problemas de movilidad en las ciudades. La capacidad para gestionar grandes cantidades de datos ("big data") nos ofrece una oportunidad única para gestionar y mejorar la movilidad en nuestras súper pobladas urbes. Hablo de movilidad, pero igual que de movilidad podríamos hablar de muchos otros servicios básicos. Las ciudades inteligentes son aquellas capaces de maximizar el bienestar económico, social y ambiental para sus habitantes. Para ello, hacen un uso intensivo de las TIC que facilita la recogida de gran cantidad de datos, de numerosos sistemas interconectados, que permiten mejorar la toma de decisiones en multitud de aspectos de gestión de la ciudad (desde el manejo de las infraestructuras, a la mejora del transporte o la seguridad, la energía o la propia relación de los ayuntamientos con sus ciudadanos). Las soluciones de eHealth también serían un buen ejemplo, puesto que contribuyen a hacer sostenible los sistemas de atención sanitaria, sobre todo en zonas remotas o en el tratamiento de pacientes crónicos.

ASIET La Revista: ¿Qué tipo de contenidos considera los diferenciadores en el mercado en el mediano plazo?

Arancha Díaz-Llado: Volviendo a las tendencias generales del hiper sector TIC, el mercado que experimentará mayor crecimiento en los próximos años es el de contenidos digitales y entretenimiento (crecerá al 8,0% de media anual frente al 4,8% de crecimiento medio de todo el hiper sector TIC).

Dentro de la industria de contenidos digitales y entretenimiento, destaca la importancia del vídeo. La digitalización ha cambiado radicalmente esta industria. La televisión tradicional está desapareciendo y los usuarios de hoy han dejado de ser meros "espectadores". Acceden a los servicios desde múltiples dispositivos, eligen el formato, el momento, el lugar y el dispositivo desde el cual accederán al contenido. Los usuarios no sólo "consumen" contenido, son también generadores de contenido: en 2014 los consumidores han generado aproximadamente un 80% del contenido online.

Hoy el vídeo supone un 66% del tráfico de internet. Si continúa la tendencia de crecimiento actual, en 2018 supondrá un 80% del tráfico. El vídeo es, por tanto, el contenido que sostendrá el crecimiento exponencial del mercado en los próximos años.



BASTA

DE BALAS

**30 Millones de balas
se fabrican en Venezuela cada año**

**La violencia armada
es su principal destino**

**Los jóvenes son sus
principales víctimas**

**CONTROLEN LAS ARMAS
RASTREEN LAS MUNICIONES**

@amnistia

www.amnistia.me

**AMNISTÍA
INTERNACIONAL**

