

## Cerrando la brecha con LTE

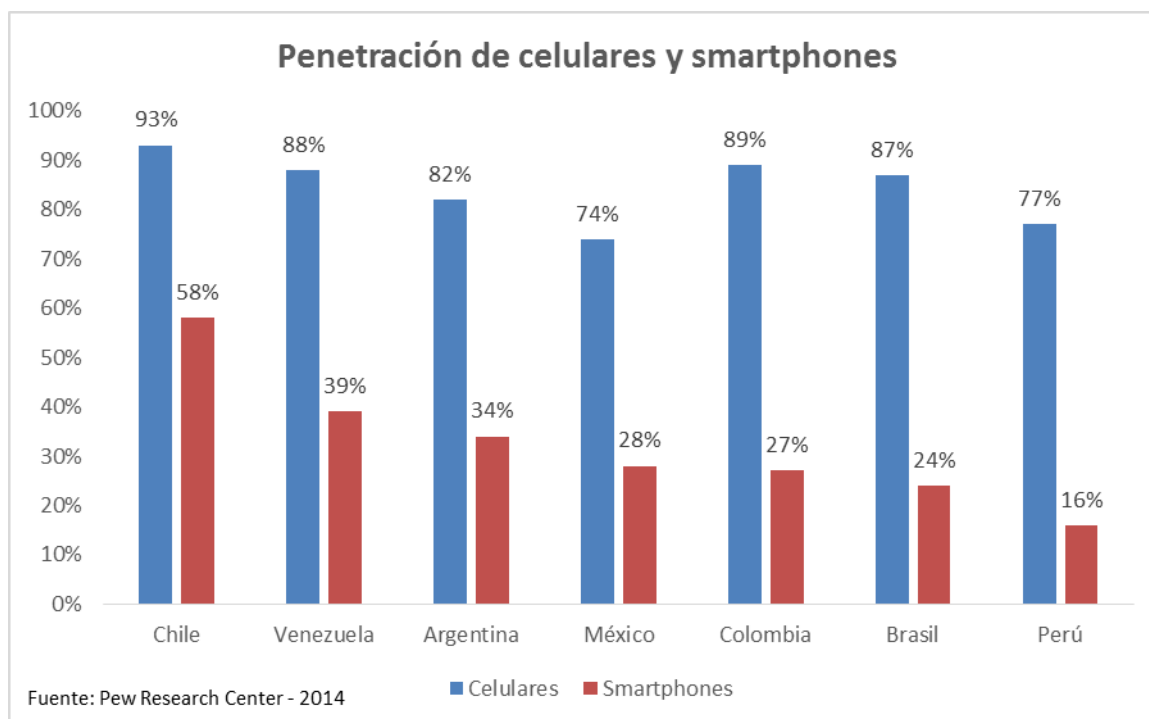
A esta altura de los acontecimientos ya nadie duda de que el mercado de las comunicaciones va hacia la movilidad. Así como con la masificación del celular las comunicaciones telefónicas dejaron de ser entre lugares para ser entre personas, con la llegada del smartphone dejó de ser razonable tener que esperar a llegar a un lugar para conectarse a Internet. El acceso a la red está ahora disponible en cualquier momento y lugar.

La ubicuidad de Internet obliga entonces a **replantear el concepto de brecha digital, el cual está mutando desde una PC conectada hacia un celular con acceso a datos**. Esto implica tener presentes dos variables: la adopción de smartphones y el acceso a los servicios y contenidos.

### De la PC al smartphone

Con una cobertura mucho mayor que las fijas, tanto en términos geográficos como socioeconómicos, las redes móviles se posicionan como la infraestructura natural para lograr la inclusión social a través de los smartphones.

En Latinoamérica, la penetración del celular entre la población adulta es alta y bastante pareja entre los países que la componen. No obstante, la de los smartphones todavía tiene un camino por recorrer, con marcadas variaciones entre los distintos países.



A pesar de lo que falta aún por avanzar para una penetración total, con la adopción y uso del smartphone, **comienza un proceso paulatino de sustitución de la PC**, que se da primero en la priorización del uso de uno y otro equipo para acceder a Internet y luego, paulatinamente, como único dispositivo de acceso. Esto sucede especialmente en los segmentos socioeconómicos más bajos así como entre los más jóvenes.

El posicionamiento del smartphone como principal o único dispositivo de acceso se da por diversas razones:

- La **banda ancha fija no terminó de llegar a todas las geografías y sectores sociales**. Las redes móviles, potenciadas hoy por 4G, ayudan a cerrar esa brecha
- En los segmentos sociales sensibles al precio, **se busca concentrar el gasto tecnológico en un único dispositivo y servicio**
- Las **redes móviles cuentan con productos prepagos** (algo no habitual en redes fijas), atractivos para segmentos socioeconómicos más bajos

A modo de referencia, **en Argentina para el 40% de los usuarios de Internet el smartphone es el principal dispositivo de acceso** (frente a un 12% en 2013). Más aún, **para el 6% de quienes usan esta red, el celular es el único dispositivo de acceso**<sup>1</sup>, permitiendo su uso a segmentos hasta hoy desconectados o que debían recurrir a espacios públicos, limitando entonces su utilidad.

El panorama a futuro es alentador. **La estandarización de la industria móvil alrededor de la tecnología LTE favoreció la baja de precio de los terminales gracias a las mejores economías de escala**. Según IDC, **el precio promedio de un smartphone en América Latina entre principios de 2013 y fines de 2014 se redujo en US\$ 100**. Una baja muy importante en cualquier lugar del mundo, pero mucho más en mercados como el Latinoamericano, con un PBI per cápita sensiblemente inferior al de los mercados más desarrollados económicamente.

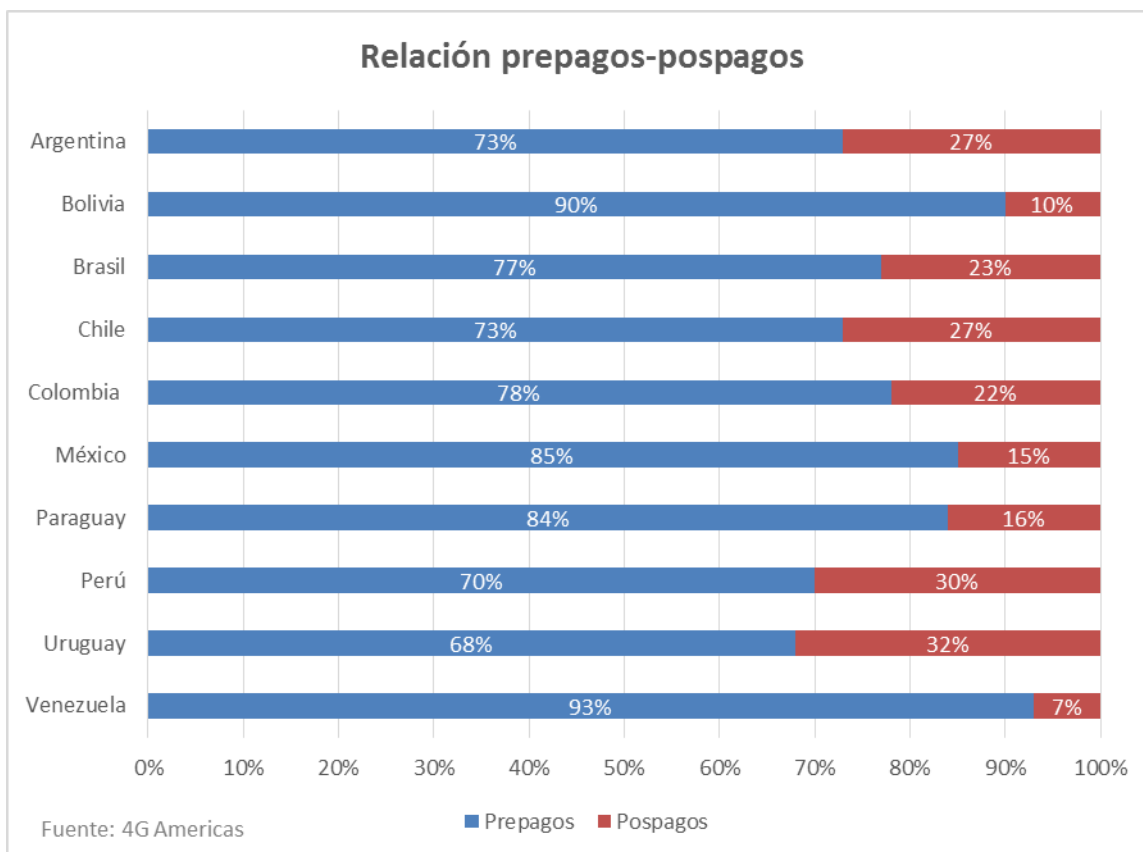
Los avances en tecnología móvil hacen que cada vez menos haya que resignar funcionalidad a la hora de usar un smartphone frente a una PC. Con capacidades similares o superiores por el agregado de la movilidad, **los smartphones se posicionan como el dispositivo natural a tener en cuenta en políticas de inclusión social**. Esto incluirá entonces políticas que tiendan a abaratar su precio para hacerlos más accesibles.

## Acercando los servicios

Si bien **llevar los dispositivos y las redes al alcance de todos es un paso clave en la inclusión social, no es el único**. **Queda también el acceso a los servicios y contenidos**, cuyo costo sigue siendo una barrera importante para muchas personas en la región. Hay que considerar que en Latinoamérica aproximadamente el 75% de las líneas utilizan servicios prepagos al tiempo que el lanzamiento de servicios 4G trajo aparejado el fin de la tarifa plana, impactando también en aquellos usuarios con abonos.

---

<sup>1</sup> Informe: "Usuario online 2015" – Carrier y Asociados



El hecho de que acceder a un servicio o contenido determinado tenga un costo concreto para el usuario se convierte en una limitante para el uso de Internet por parte de aquellos segmentos de bajo presupuesto. Pero al mismo tiempo **abre una interesante oportunidad para el desarrollo de modelos de datos de pago revertido**, donde el operador o proveedor del servicio o contenido es quien paga por el tráfico que genera, favoreciendo a aquellos usuarios con líneas prepagas o sin un plan de datos. Algo similar a los modelos 0-800 de la telefonía.

Existen 3 modelos de datos de pago revertido: Zero rating, datos sponsorados e Internet sponsorada:

- Zero-rating:** Permite al usuario acceder gratuitamente a un servicio específico siendo el gasto de conexión absorbido por el operador móvil. Este modelo es utilizado para incentivar la adopción de la banda ancha móvil, generando demanda por nuevos servicios pagos. Los casos más conocidos de Zero-rating en Latinoamérica son dos: Internet.org, la iniciativa de Facebook que permite acceso a la red social y a determinados sitios; Whatsapp que en ocasiones permite ser utilizado sin consumir del abono o saldo de datos. No obstante, **este modelo es cuestionado por los defensores de la neutralidad de la red** debido a que es el dueño de la red quien decide qué servicios serán gratuitos para el usuario y cuáles no, perjudicando a los segundos.

- **Datos sponsorados:** Aquí también el usuario accede gratuitamente a un servicio específico, pero el sponsor no es el operador sino una empresa o gobierno. Este modelo es interesante porque no genera conflictos en materia de neutralidad de la red y puede direccionarse para usos específicos. Un ejemplo en Latinoamérica es el caso del banco Bradesco de Brasil, que permite que sus clientes acceden a su app de banca móvil haciéndose cargo del tráfico generado en la operatoria. Esto no sólo beneficia a sus clientes que no deben gastar en datos para acceder a sus cuentas sino que también implica un ahorro para el banco, ya que el costo de una transacción móvil es equivalente al 2% de la misma operación en una sucursal. También en Brasil, el gobierno del Estado de San Pablo (con 44 millones de habitantes) está desarrollando una app móvil, Poupatempo, que permitirá a sus ciudadanos gestionar documentación, sacar turnos para hacer distintos trámites y acceder a información, sin tener que afrontar el gasto en datos para utilizarla.
- **Internet sponsorada:** El usuario accede gratuitamente no ya a un servicio específico sino a Internet en general, siendo el sponsor una empresa o gobierno. Este modelo suele estar limitado en el tiempo o en la cantidad de tráfico y se usa ya sea para incentivar un mayor uso de la banda ancha móvil como para dar valor a productos o servicios. A nivel mundial hubo casos de fabricantes de hardware que incluían esta modalidad con la compra de sus equipos. Lo hizo en algún momento Amazon con su e-reader Kindle, lo que permitía que, además de navegar desde el dispositivo, sus usuarios pudieran comprar libros electrónicos sin necesidad de WiFi. También lo hizo HP con algunas de sus tablets, ofreciendo 250 Mb mensuales gratuitos, para darle un valor adicional a su producto y crear una asociación positiva con la marca.

A pesar de que por el momento la mayoría de las experiencias de datos de pago revertido han sido impulsadas por empresas, **nada impide que los gobiernos también lo hagan para mejorar el acceso de la población a servicios provistos por éstos.** Aquí se puede pensar educación, salud, trámites, difusión de información para emergencias, información para productores, etc. Los límites son la imaginación. Así podrán obtenerse beneficios por partida doble: llegar mejor a la gente y hacerlo a costos significativamente menores que con los formatos tradicionales.

## Un horizonte prometedor

Así como lo fueron el ferrocarril en el siglo XIX y las rutas en el siglo XX, las redes de telecomunicaciones son claramente la infraestructura básica del siglo XXI como plataforma de acceso y distribución del conocimiento, entretenimiento y servicios. Y tal como sucedió con las infraestructuras anteriores, **las tecnologías de comunicaciones cumplen no sólo un rol económico sino también social,** el cual se ve potenciado particularmente por las redes móviles actuales.

Con los agresivos despliegues de redes 4G en la región propiciados por los gobiernos, la disminución del precio de los smartphones con LTE en todas las gamas y el desarrollo de modelos

de datos de pago revertido, **se está configurando un escenario mucho más propicio para acortar significativamente la brecha digital y propiciar la inclusión social.**

Enrique Carrier

Director

**Carrier y Asociados**

[www.carrieryasoc.com](http://www.carrieryasoc.com)

**Nota:**

El presente documento puede ser reproducido libremente y sin autorización previa con la única condición de citar la fuente.