

Telefonía móvil y la calidad de vida: el caso Perú

Italo Giudice

Gerente general de Tedexis

El año 2013 marcó un hito en la venta de teléfonos móviles: los teléfonos inteligentes alcanzaron un 53 por ciento de las unidades vendidas en todo el mundo, según la consultora Gartner. Este impresionante crecimiento no debería restar importancia a la utilización de los teléfonos simples (de doce botones); si todavía el 47 por ciento de las ventas corresponde a estos dispositivos, hay que seguir dándoles su lugar en importancia y potencial para mejorar la calidad de vida de los usuarios.

Teléfonos inteligentes e internet

La popularidad de los teléfonos inteligentes en países desarrollados hace que las empresas, en su mayoría, piensen en posibilidades que estos dispositivos pueden facilitar: utilización de aplicaciones o redes. Transferencias bancarias, pagos de servicios, compras de pasajes o consultas de horarios de transporte público son solamente la punta del iceberg de las posibilidades que los teléfonos inteligentes pueden ofrecer para facilitar la vida diaria. Adicionalmente, en esos países, las empresas están siendo más creativas al diseñar aplicaciones o asociarse con alguna de ellas, con la finalidad de mantener a los clientes enganchados con sus servicios y marcas.

El mayor potencial de los dispositivos inteligentes se logra al estar conectados a internet constantemente utilizando la banda ancha móvil (BAM). Según cifras de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), unas 3.000 millones de personas estarán conectadas a internet a finales de 2014, la mayoría por BAM. Pero las economías desarrolladas son las que se llevan la mayor penetración. Según la UIT, llegará al 84 por ciento, cuatro veces la de los países en desarrollo (21 por ciento).

En los países en vías de desarrollo todavía hay mucho camino por recorrer. Se está avanzando exponencialmente en el desarrollo local y este avance ocurre gracias a la base de lo aprendido en los países desarrollados con respecto al mercado de teléfonos inteligentes. Las grandes trabas de la masificación de estos dispositivos son

los costos de adquisición de los equipos (en Perú están alrededor del cincuenta por ciento del sueldo mínimo mensual), la infraestructura para BAM y sus costos.

El caso Perú

En Perú, donde en los últimos años se ha visto un gran crecimiento económico, la penetración de teléfonos inteligentes es alrededor de 17 por ciento en las zonas urbanas (según Ipsos Perú) y menos de la mitad posee un plan de datos. Se pronostica que la penetración crecerá exponencialmente durante los próximos dos años.

Existen muchas iniciativas privadas para promover el desarrollo de aplicaciones, que han creado una generación de profesionales que apuestan por empresas emergentes que poco a poco están ganando importancia en el mercado local. Sin embargo, en las

Aparte de las actividades comerciales y de valor agregado que utilizan SMS como herramienta, existen otras iniciativas en las cuales el SMS puede causar un impacto social positivo

mismas zonas urbanas, el 76 por ciento de las personas entre 12 y 70 años posee un celular. Esto implica que un gran porcentaje de la población todavía no puede aprovechar las bondades y beneficios de un teléfono inteligente.

Ante esta realidad, muchas empresas peruanas están aprovechando la cobertura y el alcance de la utilización de SMS para campañas, notificaciones, alertas, trámites, solicitudes de información y mucho más. A pesar de la pantalla pequeña y la limitación de 160 caracteres, se pueden crear ingeniosas soluciones que creen valor agregado a los usuarios. Definitivamente, el futuro del SMS será migrar hacia una comunicación empresa-persona, más que persona-persona.

¿Hacia dónde va el SMS en países en desarrollo?

Aparte de las actividades comerciales y de valor agregado que utilizan SMS

como herramienta, existen otras iniciativas en las cuales el SMS puede causar un impacto social positivo, especialmente en las zonas rurales. Por ejemplo, en educación se han visto innovadoras iniciativas para hacer que la educación llegue a zonas más lejanas y de menos recursos, en las que participan colegios, padres, estudiantes y comunidades.

La mensajería de texto también ha sido usada en el sector salud, con la finalidad de hacer llegar información de diversos temas a las personas; por ejemplo, información sobre planificación familiar, sida/VIH, malaria y otras enfermedades específicas de cada zona. También se utiliza SMS para evitar epidemias, mantener informada a la población de campañas de vacunación y cualquier otro tipo de asuntos de salud. En el caso de fenómenos naturales, como sismos o tsunamis, el mensaje de texto sirve para generar alertas o informar sobre lugares de ayuda o refugios. Definitivamente, existen muchas oportunidades para seguir desarrollando ideas relacionadas con el uso de SMS en mercados emergentes.

En los países desarrollados son notables los avances en el uso de las nuevas tecnologías, especialmente en lo referente a teléfonos inteligentes, aplicaciones y ancho de banda. Sin embargo, en los países en desarrollo, a falta de infraestructura y costos asequibles, hay que crear soluciones que permitan llegar a la gran mayoría de las personas. Falta mucho por hacer para beneficiar no solo a las áreas urbanas sino también a las rurales, donde el acceso a la tecnología y la información es muy limitado. Para ello, la mensajería de texto móvil es una herramienta útil.

La realidad de cada país o mercado definirá las herramientas de telefonía móvil a su alcance, para mejorar la calidad de vida de la población. Las posibilidades son muchas y hay que estar conscientes de que cualquier esfuerzo que se haga conducirá a ese objetivo. 