

# Presente y futuro de las telecomunicaciones en Latinoamérica: El futuro de los proveedores regionales

Eduardo Navarro

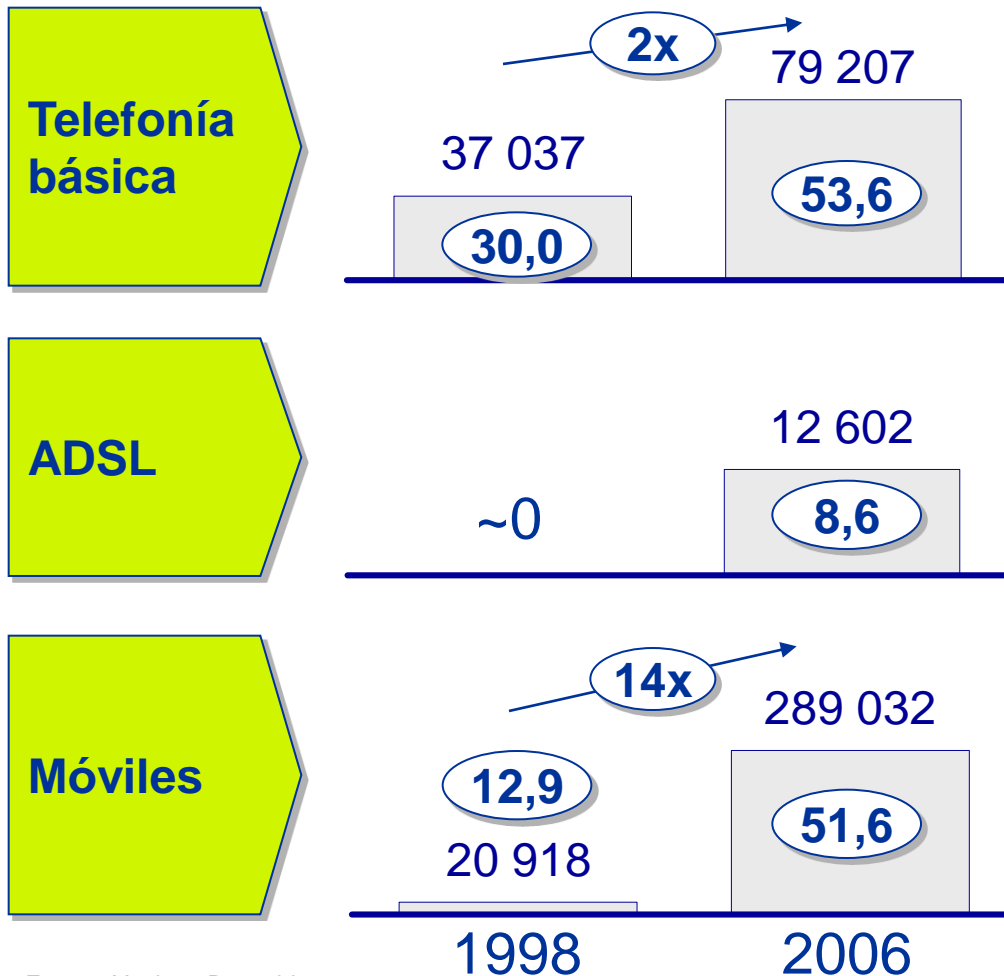
Director General de Estrategia, Regulación y Desarrollo de Negocios de T-Latam

30 de octubre de 2007



# Las telecomunicaciones en Latinoamérica han experimentado un desarrollo muy significativo en los últimos años ...

○ Penetración\*



- Desde finales de los 90, las telecomunicaciones se han expandido de una forma muy importante en Latinoamérica
- Sin embargo, no tenemos que conformarnos y debemos seguir apoyando este desarrollo

Fuente: Yankee, Pyramid

\* Por hogar en telefonía fija, por habitantes en móvil

# ...alcanzando a todos los segmentos de la población

## Penetración de servicios de telefonía fija

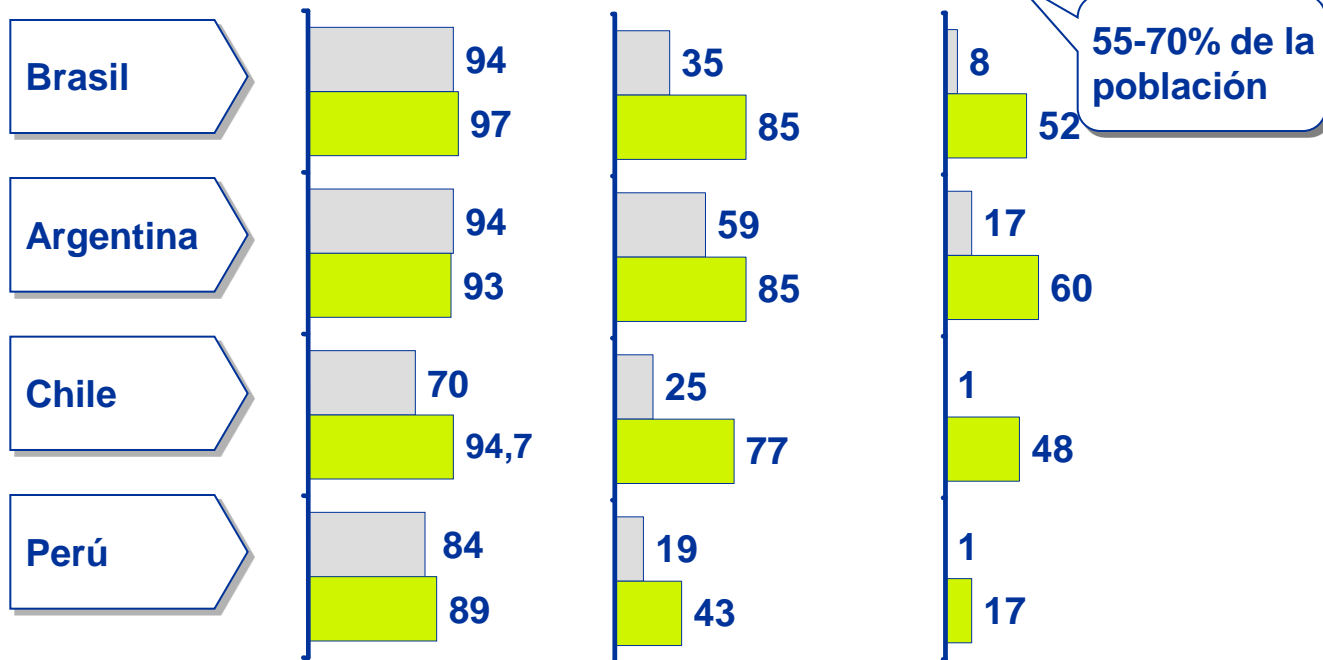


Año base\*  
 Diciembre 2006\*\*

### Segmentos A/B

### Segmentos C

### Segmentos D/E



El desarrollo de la telefonía fija ha sido especialmente importante en los segmentos más desfavorecidos de la población

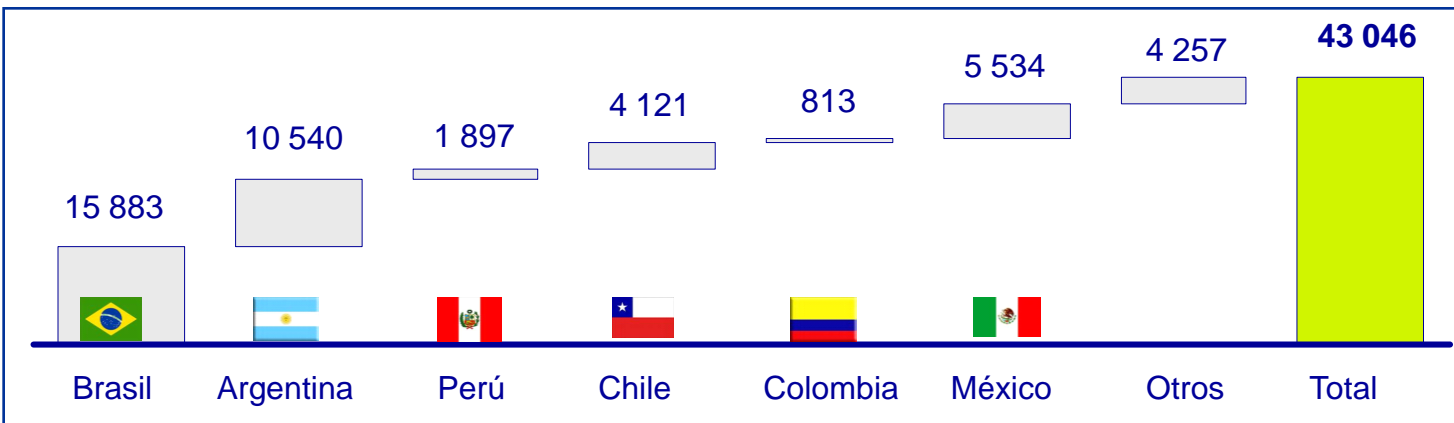
\*Años base: Brasil, 1997; Argentina, 1991; Chile, 1992; Perú, 1994;

\*\*Excepto Brasil 2005

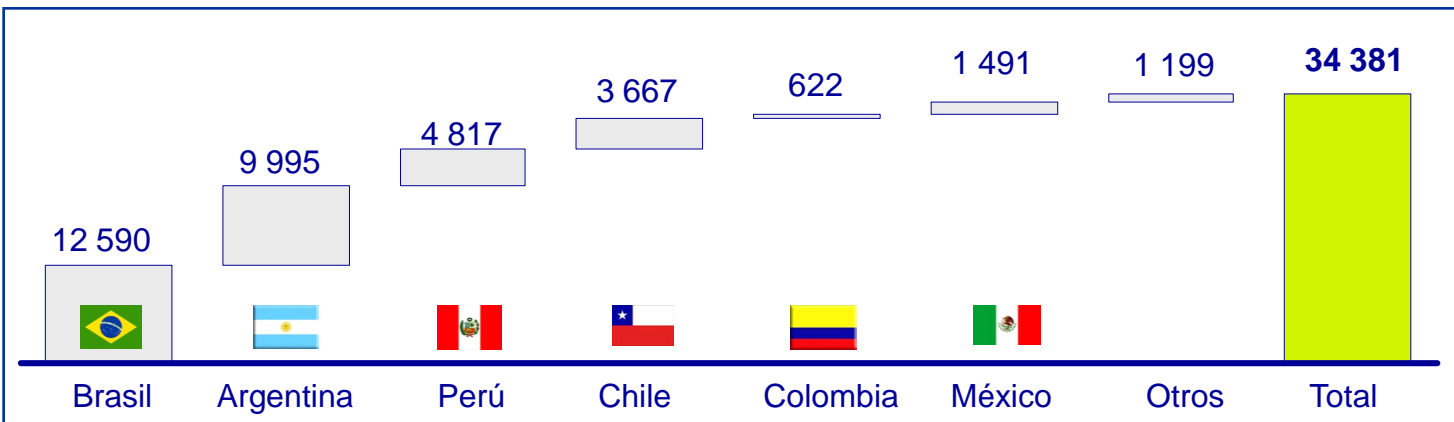
Fuente: Interna para Brasil, Argentina, Chile y Perú;

# Telefónica ha participado en este proceso a través de un importante esfuerzo inversor ...

Inversión directa 1990-2006 (Millones de €)



Inversión en infraestructuras 1990-2006 (Millones de €)



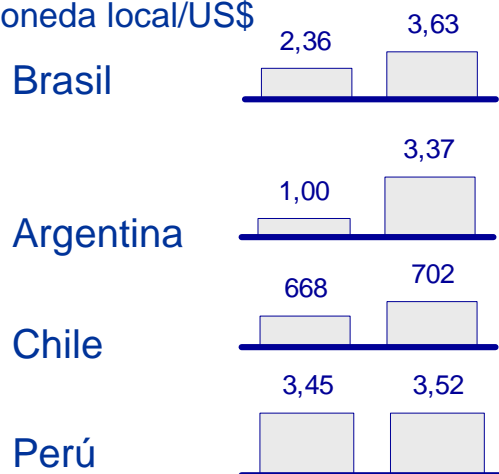
■ Inversión total: € 77 MM desde 1990

■ Inversión adicional 07-09: € 10 MM

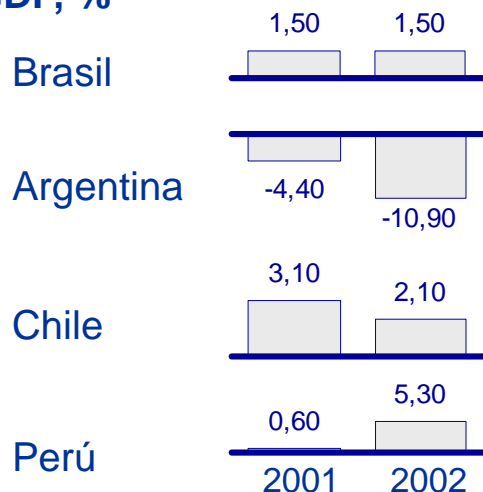
**Telefónica se ha convertido en el mayor inversor extranjero en la región**

# ... en el que ha demostrado su compromiso con la región incluso durante situaciones económicas adversas

**Tasa de cambio**  
Moneda local/US\$



**GDP, %**



Empresas que han abandonado o realizado  
desinversiones significativas en la región



# Como resultado, Telefónica es en uno de los principales operadores de la región, con presencia en 15 países,...

## Accesos de Telefónica en Latinoamérica (Junio 07)



### Junio 2007

23,9 MM Fijos  
90,6 MM Móviles\*  
4,4 MM Banda Ancha  
0,8 MM TV

● Posición Mercado - Fijo  
● Posición Mercado - Móvil

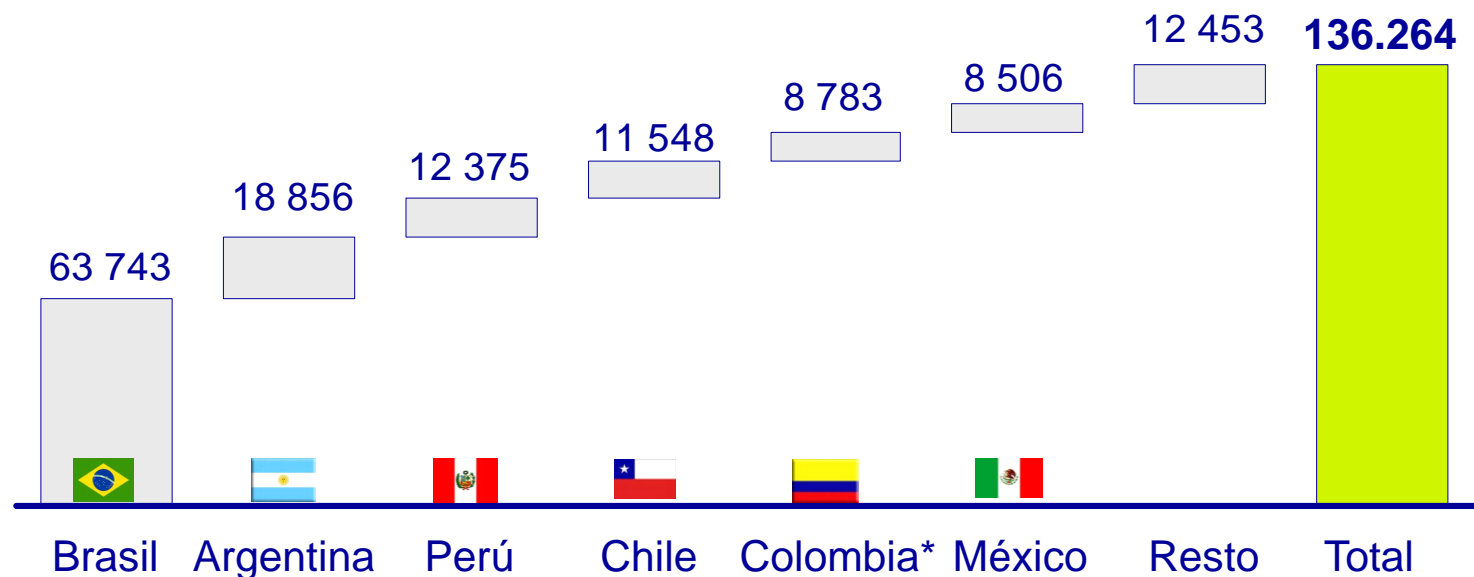
**Durante este proceso, la expansión de la telefonía fija ha dado paso a un fuerte desarrollo de la banda ancha y el móvil**



\* Incluye 1.3 MM líneas fijas inalámbricas en Venezuela (0.8MM), Centroamérica (0.2MM) y Argentina (0.1MM), con el resto en Perú, México y Ecuador

# ...con un impacto significativo en la generación de empleo ...

Empleados directos de Telefónica en Latinoamérica; 2006



**Adicionalmente, Telefónica genera unos 80.000-150.000 empleos indirectos en Latinoamérica a través de sus principales proveedores.**

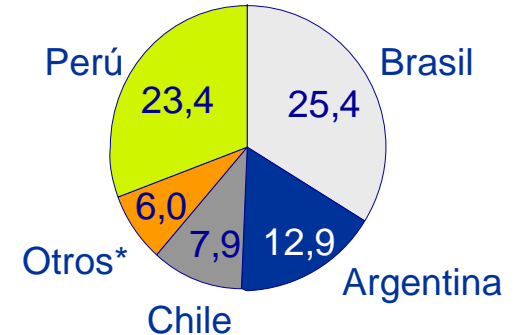
\* Incluye empleados de Colombia Telecom en abril 2006\*  
Fuente: Memoria Anual 2006; análisis Telefónica

# ... y una importante acción social en la región a través de la Fundación Telefónica



**La Fundación Telefónica ha desembolsado €75,6M en la región desde 2000**

**Desembolsos por país (€M). 2000-2005**



\* Venezuela y México



# Por ejemplo, luego del terremoto en Perú, la Fundación Telefónica ha actuado activamente

## En Perú ...

Programa de emergencia en 400 Wawa Wasis (guarderías infantiles)



Concierto con artistas nacionales e internacionales de alto prestigio



## En España y Latinoamérica



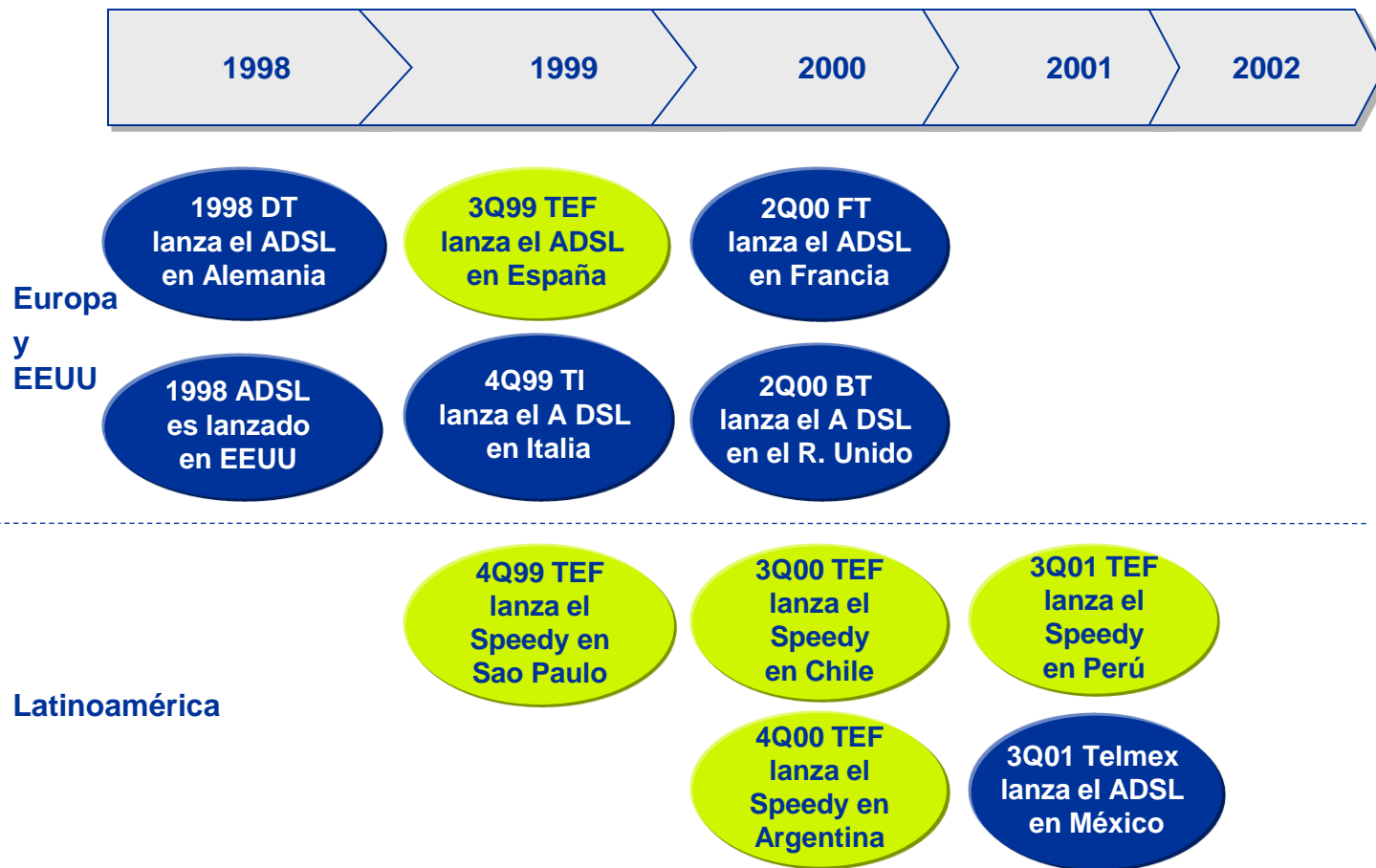
*Telefónica*

Campaña internacional a favor del país. Se han establecido cuentas para donaciones cuya recaudación será administrada en acuerdo con la Cruz Roja.



El grupo Telefónica fue el primer aportante a este fondo con **3 millones de dólares**

# La presencia regional y global de Telefónica ha sido clave para el desarrollo de productos y servicios, permitiendo la anticipación y el liderazgo en el mercado latinoamericano en muchas ocasiones...



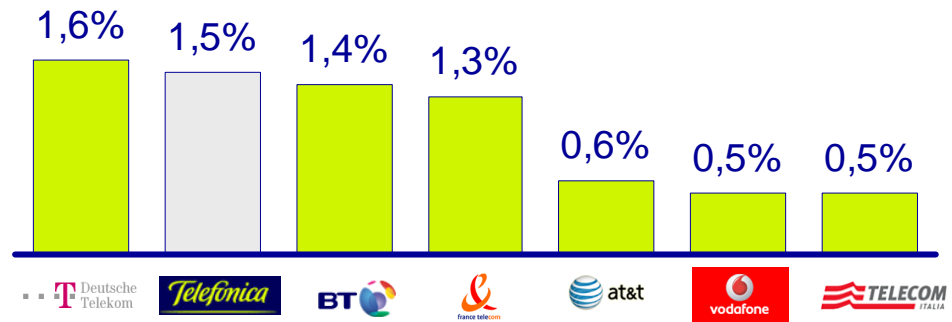
- La presencia de Telefónica en distintos países y regiones permite anticipar las necesidades del cliente y lanzar los productos y servicios con una mayor rapidez
- Telefónica está liderando el desarrollo de la IPTV en España y otros países de Latinoamérica

# ... manteniendo su compromiso con la innovación ...

## El compromiso de Telefónica con la innovación

- Telefónica es uno de los **principales operadores** en términos de **inversión en I+D**
- En 2006, Telefónica invirtió **€4.300M en innovación** (€588M en I+D\*), equivalente al 8% de los ingresos

## Inversión en I+D como porcentaje de ingresos para los mayores operadores (2004)



## Algunas de las principales innovaciones recientes

## Nuevos productos y servicios que refuerzan la oferta de Telefónica

- **IMAGENIO (IPTV)** : 383.000 de clientes en España en diciembre de 2006
- **GENION (O2, homezone)**: 3,9 millones de clientes en Alemania (dic. 2006)
- **Portal para la selección de servicio de banda ancha en Latinoamérica**
- **Nuevos sistemas de prepago en telefonía móvil en España y Latinoamérica**

**Telefónica complementa la innovación comercial basada en nuevos productos y modelos de negocio con la innovación en procesos para aumentar su eficiencia**

\* Según criterio de la OCDE

## ... y generando una mayor eficiencia de las operaciones que tiene como resultado una mayor capacidad para invertir

**Mayor eficiencia gracias a la presencia regional:**

- Operaciones centralizadas
- Mejores prácticas compartidas
- Una única marca

**Contribuye a:**

- Conseguir mayores tasas de penetración en todos los segmentos de la población, mediante
- Mayor inversión y disminuciones en el precio

# Un ejemplo de regionalización es el desarrollo de la TV satelital desarrollada desde Perú

Utilizando la experiencia de Telefónica del Perú con el servicio de televisión (Cable Mágico) se ha desarrollado un producto sinérgico para los demás países de la región

## Desde Perú ...

Programación

Diseño de red

Cabecera



## ... hacia la región



# Por otro lado, se han creado nuevos productos que permiten acceder a nuevos mercados y aprovecha las sinergias

## Telefonía Fija Inalámbrica

- Solución de bajo costo para incrementar la penetración de telefonía fija.
- Solución para zonas de difícil acceso con telefonía fija de cobre.
- Uso de infraestructura móvil genera sinergias.

A la fecha contamos con casi **200 mil líneas** y tenemos como meta llegar a **685 mil líneas** en los próximos años, con más de la mitad de ellas en provincias.

Ya puedes tener teléfono fijo en casa.



**Línea Control** Inalámbrica



**Línea Prepago** Inalámbrica

Por promoción  
**Sin cuota de activación**



[www.telefonica.com.pe](http://www.telefonica.com.pe)

Este crecimiento es parte de una estrategia de aumento de la provisión del servicio lo cual ha llevado a que actualmente el **65%** de la planta sea control y prepago.

# El futuro presenta un entorno marcado por la aceleración del cambio y la transformación ...





## ... donde la convergencia sigue siendo una tendencia progresiva ...



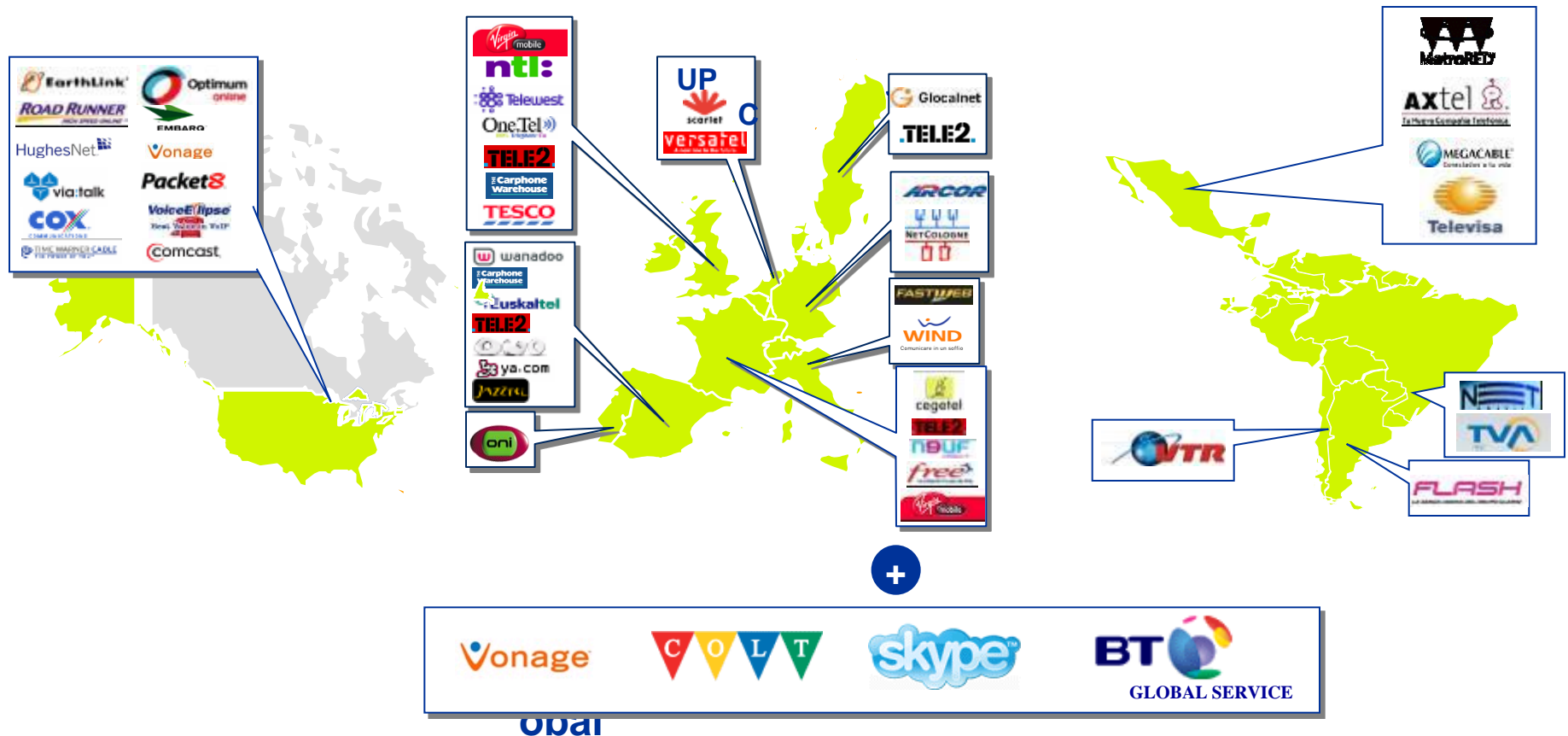
**Los cambios generados por la convergencia requieren que la regulación tenga en cuenta el nuevo contexto del mercado y de la demanda y asegure competencia efectiva en igualdad de condiciones entre todos los participantes del mercado**



# ... y el número de participantes del mercado de telecomunicaciones ha aumentado muy significativamente

El proceso iniciado en Norteamérica y Europa ....

... se está replicando en Latinoamérica



Empresas que anteriormente participaban en sectores diferentes (Telefonía, Internet, TV) se han convertido en competidores de un mismo sector

# De cara a aprovechar las nuevas oportunidades y retos, los agentes privados debemos evaluar nuevos modelos de mercado ...

## **Inversión**

- Invertir en redes y plataformas que permitan soportar las nuevas necesidades.
- Apoyar la inclusión digital.

## **Innovación**

- Impulsar la innovación en equipamientos, servicios, plataformas y redes anticipando las necesidades de los clientes e identificando nuevas oportunidades.

## **Cooperación**

- Cooperar en un entorno:
  - Desarrollando nuevos modelos de negocio.
  - Aunando capacidades, optimizar recursos y desarrollar estándares.

# ... y las instituciones deberían establecer un marco estimulante ...

**Administraciones públicas**

**Planes coordinados**

- Impulsar la inversión y la innovación
- Generar demanda
- Eliminar barreras (sociales, geográficas, fiscales, de desarrollo)

**Regulador**

**Regulación simétrica y flexible**

- Fomentar la inversión y la innovación
- Facilitar la rentabilidad
- Favorecer la colaboración entre partes
- Responder de una manera eficiente al nuevo contexto de mercado, con regulación flexible que garantice la competencia en igualdad de condiciones

■ La colaboración entre las instituciones y los agentes privados es importante para diseñar el marco de mercado más favorable para el desarrollo de la Sociedad de la Información

■ Latinoamérica no debe quedarse atrás en este proceso que ya está avanzado en otras regiones

# ... buscando esquemas que favorezcan el desarrollo de la Sociedad de la Información

El ejemplo de las redes

Para desplegar en ...



**Zonas con  
varias  
infraestructuras  
en competencia**



**Zonas con solo  
una  
infraestructura  
viable**



**Zonas sin  
atractivo para el  
despliegue de  
infraestructuras**

**... es necesario**

---

- Promover libre competencia entre infraestructuras (mayorista y minorista)
- Eliminar regulación ex- ante
- Promover la competencia en servicios
- Facilitar la rentabilidad de las inversiones
- Fomentar regulación flexible y simétrica
- Financiación pública donde sea socialmente deseable
- Mecanismos de financiación abiertos, transparentes y neutros

# En resumen

- **Las telecomunicaciones en Latinoamérica** han experimentado un **gran desarrollo en los últimos años**, penetrando en los segmentos más desfavorecidos, mejorando la calidad, y con fuerte crecimiento del **móvil y de la banda ancha**
- **Telefónica ha participado de una manera significativa en este proceso**, mediante un importante esfuerzo inversor y el aprovechamiento de su presencia regional y global
- **El futuro presenta un entorno cambiante** donde **nuevos participantes y tecnologías** presentan nuevos retos y oportunidades
- **Los agentes privados y las instituciones deben diseñar un modelo de mercado que responda al nuevo entorno de convergencia**, y que incentive la inversión, la innovación y el **desarrollo de la Sociedad de la Información**

*Telefónica*

---