



Iniciativa iirsa



Comisión Interamericana de Telecomunicaciones
ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

TALLER IIRSA / CITEL

SERVICIOS DE ROAMING INTERNACIONAL PARA TELECOMUNICACIONES MÓVILES

CALIDAD E INTEROPERABILIDAD EN ROAMING: CLAVES PARA EL MODELO DE NEGOCIO

Adolfo Oswaldo Acevedo
UNMSM

*Banco Interamericano de Desarrollo – Auditorio Enrique Iglesias
1330 New York Avenue NW – Washington DC*

Claves para el modelo de negocio – Adolfo Oswaldo Acevedo Universidad UNMSM

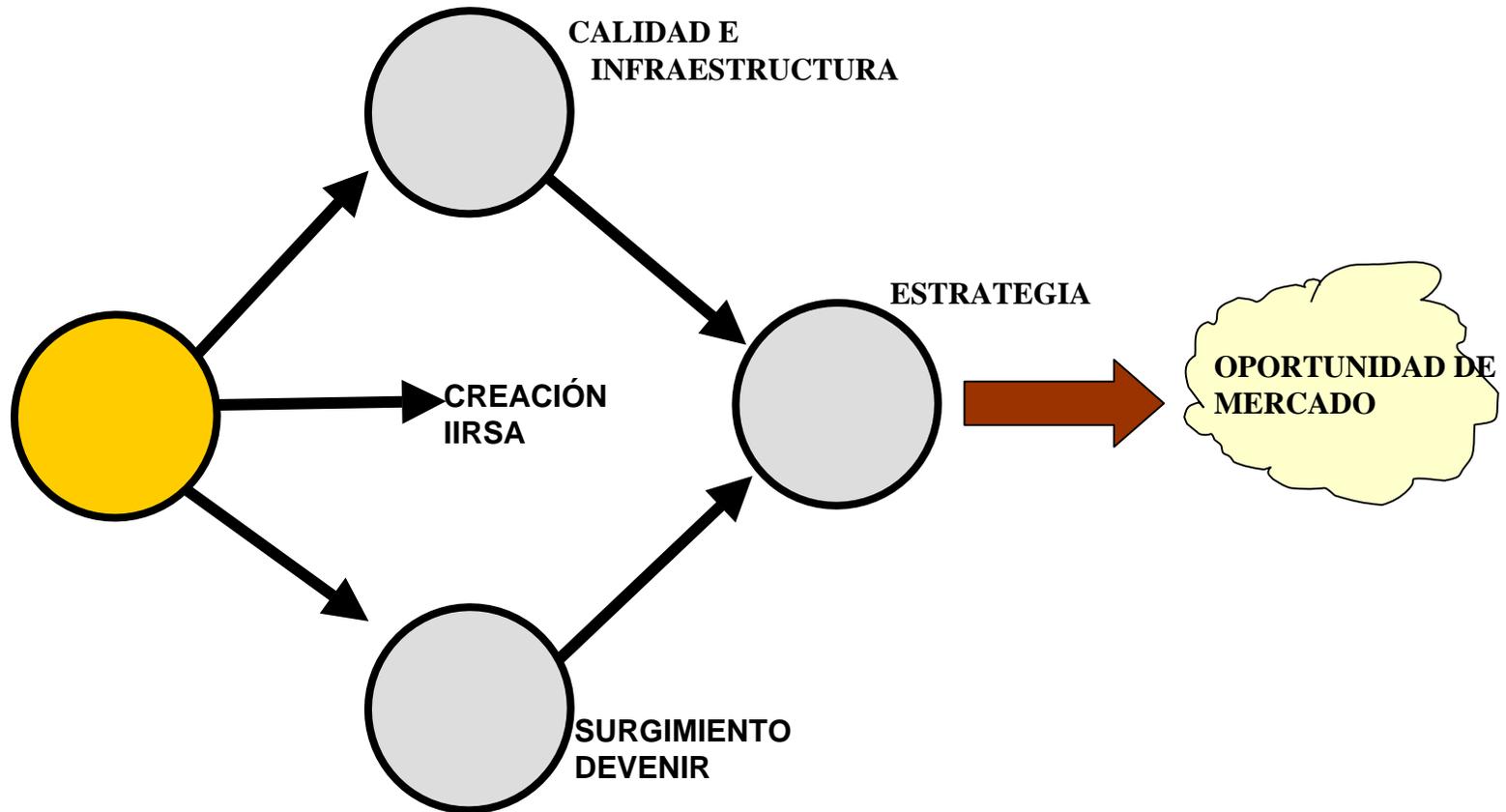
ROAMING INTERNACIONAL

- 1. ENFOQUE CONCEPTUAL**
- 2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**
- 3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA**
- 4. ESTRATEGIA EN ROAMING**
- 5. FUTURO DE ROAMING**
- 6. DISCUSIONES**

ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA
4. ESTRATEGIA EN ROAMING
5. FUTURO DE ROAMING
- 6.

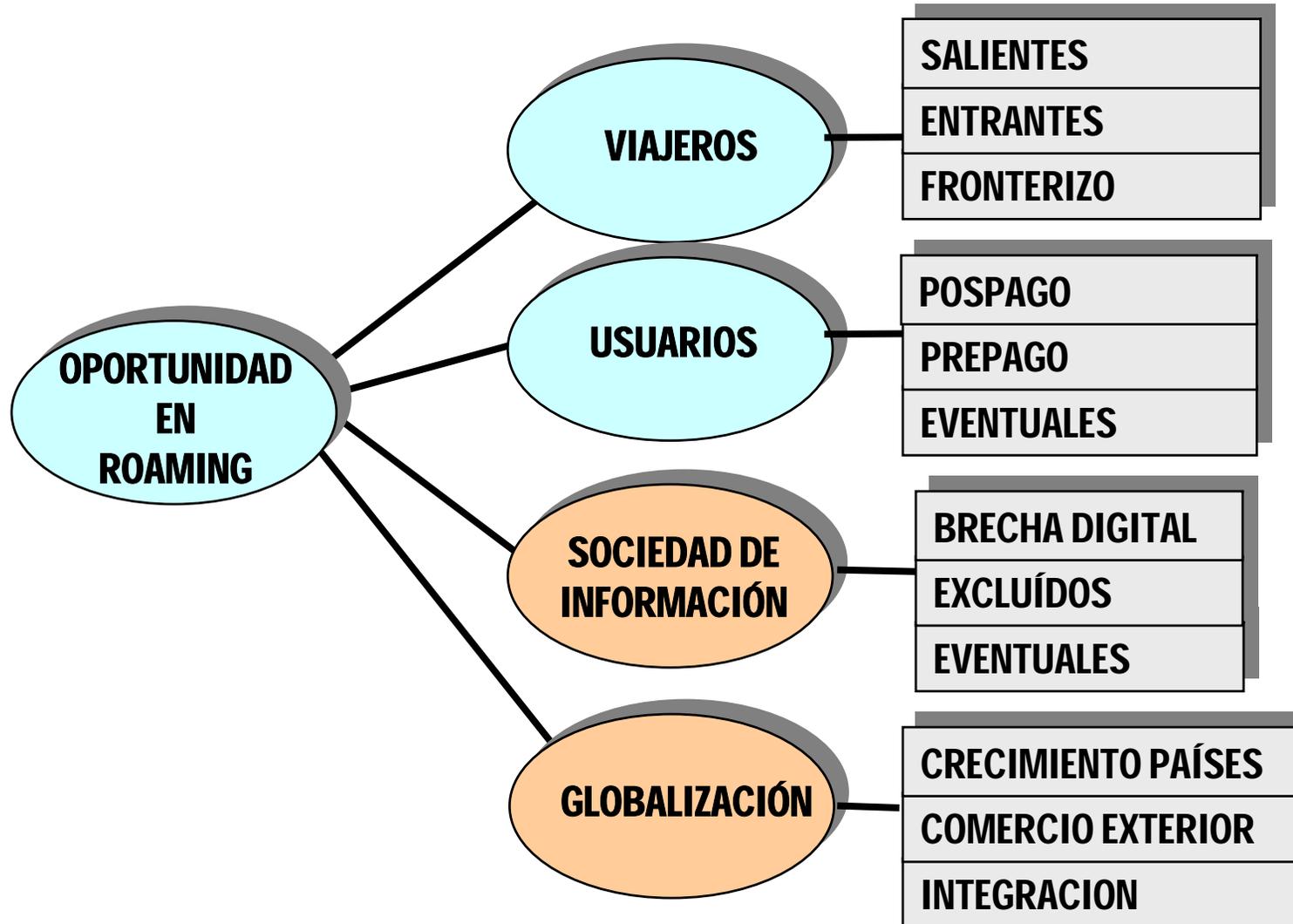
NUESTRO ENFOQUE: SOCIOTÉCNICO



ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**
3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA
4. ESTRATEGIA EN ROAMING
5. FUTURO DE ROAMING

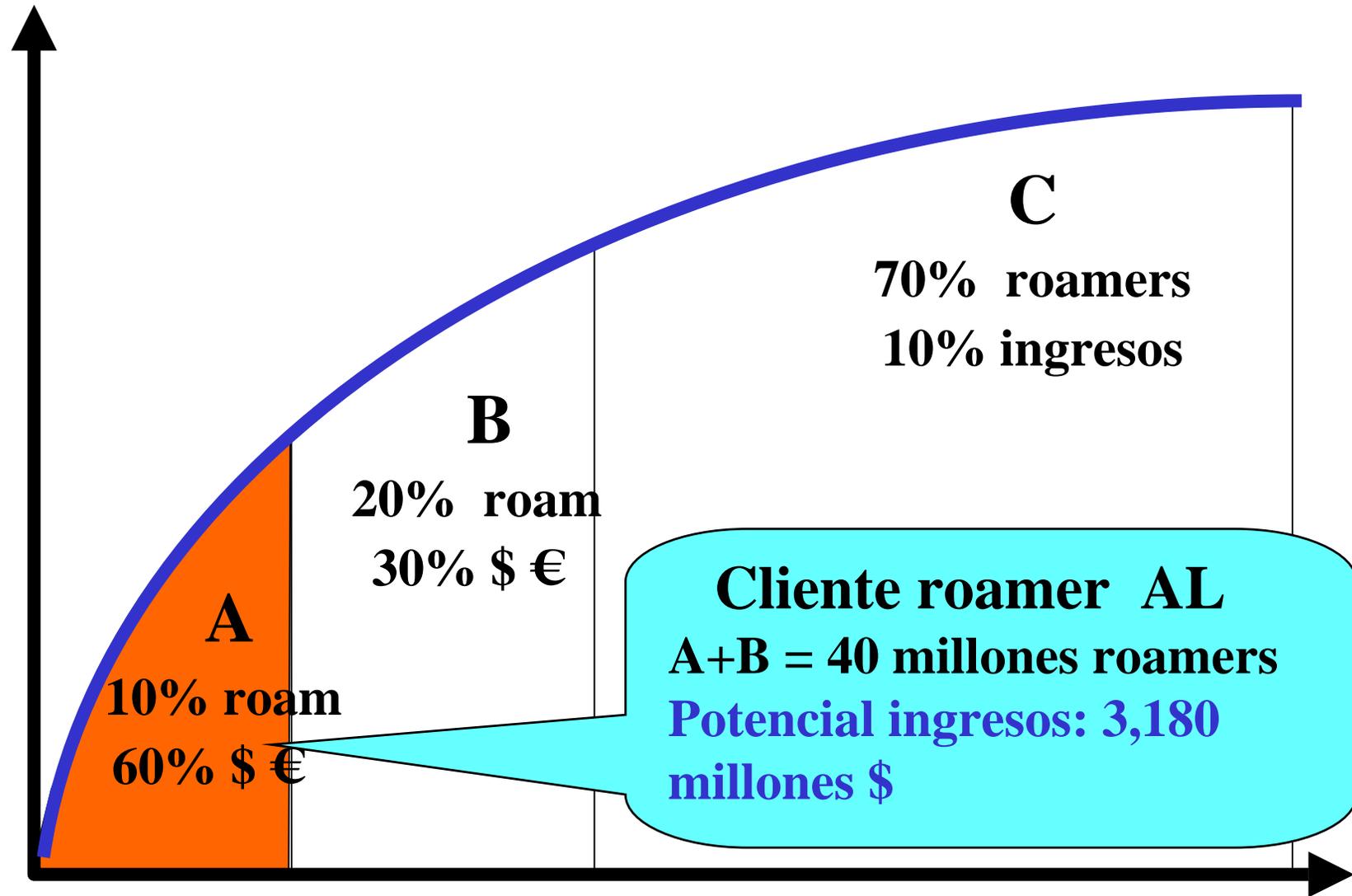
¿ EXISTE OPORTUNIDAD ?



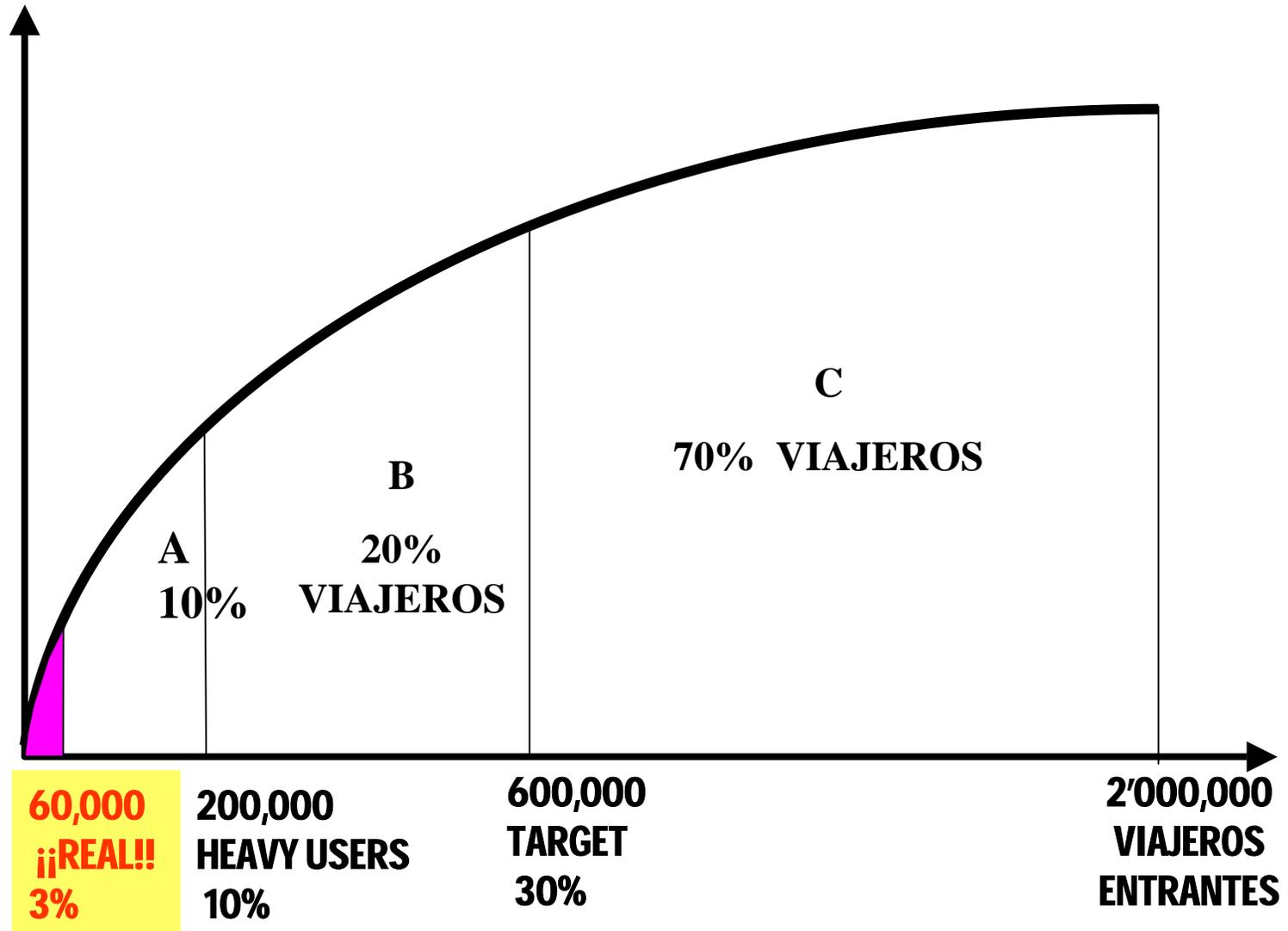
POTENCIAL DE MERCADO

	<u>PAIS A</u>	<u>America Latina</u>
Población	28'000,000	565'000,000
Abonados celulares	10'000,000	340'000,000
Viajeros al exterior	1'500,000	100'000,000
<u>Potencial: 30% VE</u>	<u>500,000</u>	<u>132'000,000</u>
Potencial de ingresos roaming/anual		
Ingreso \$ - Op. visitado (miles)	22'500,	1,979'325,
Ingreso \$ - Op. origen (miles)	9'600,	1,200'000,
<u>Ingreso anual potencial (mill)</u>	<u>32'100,</u>	<u>3,179'325,</u>

Curva de Pareto en Roaming



UN EJEMPLO DE OPORTUNIDAD PERDIDA



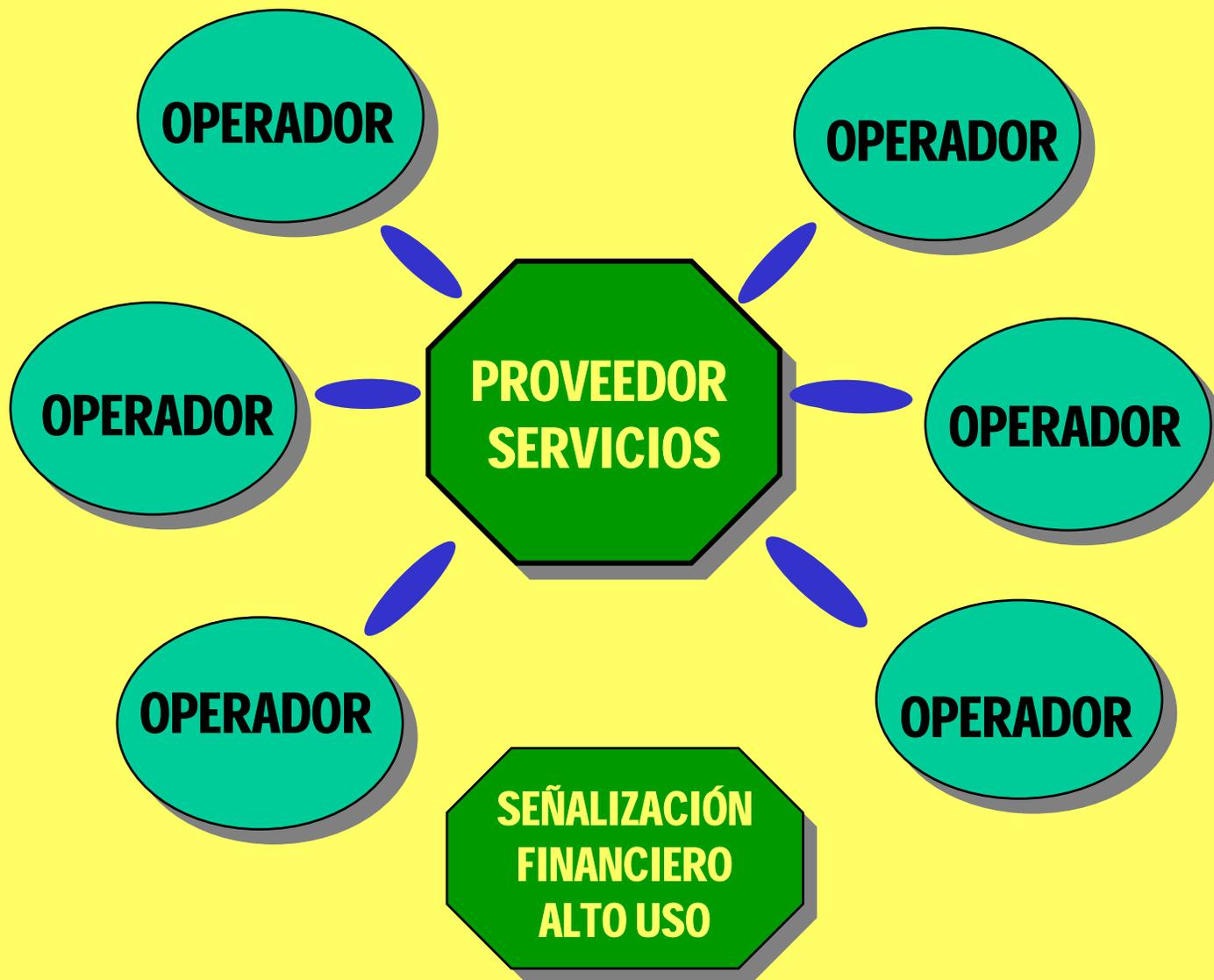
ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3. **PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA**
4. ESTRATEGIA EN ROAMING
5. FUTURO DE ROAMING
- 6.

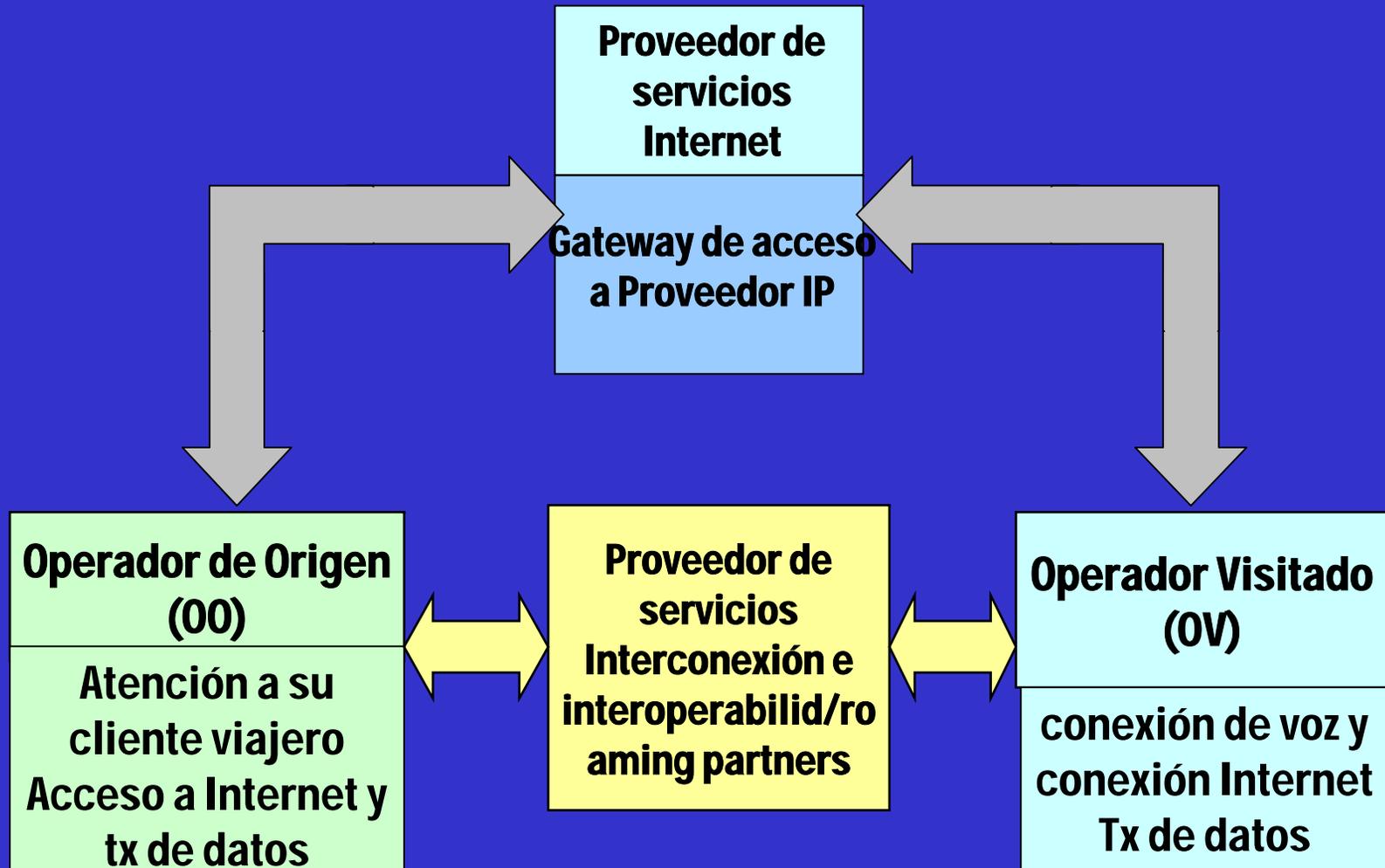
DISEÑO DEL PRODUCTO



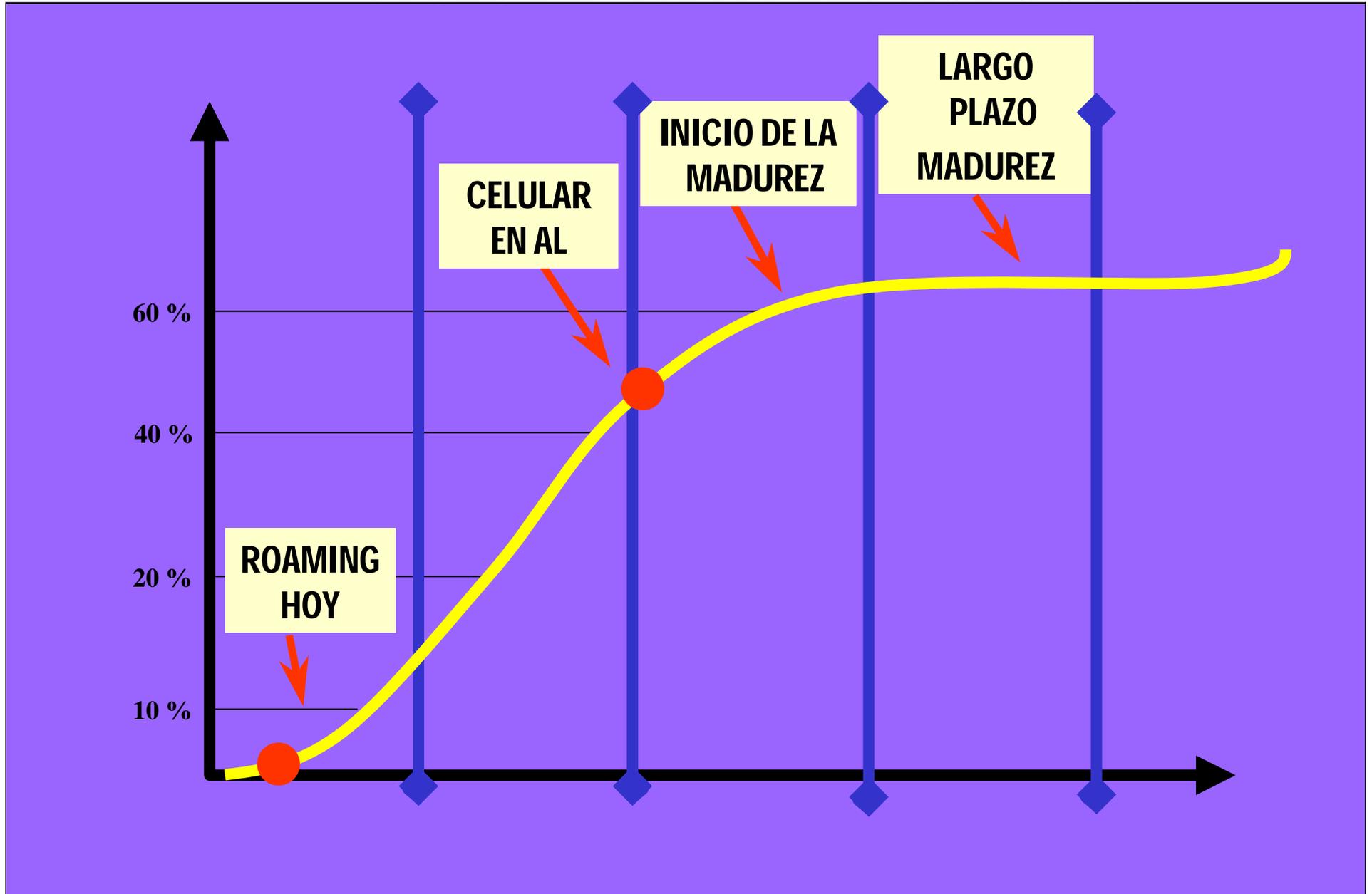
DISEÑO DEL PRODUCTO



ESTRATEGIA DE DISEÑO DE PRODUCTO



CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA
4. **ESTRATEGIA EN ROAMING**
5. FUTURO DE ROAMING
- 6.

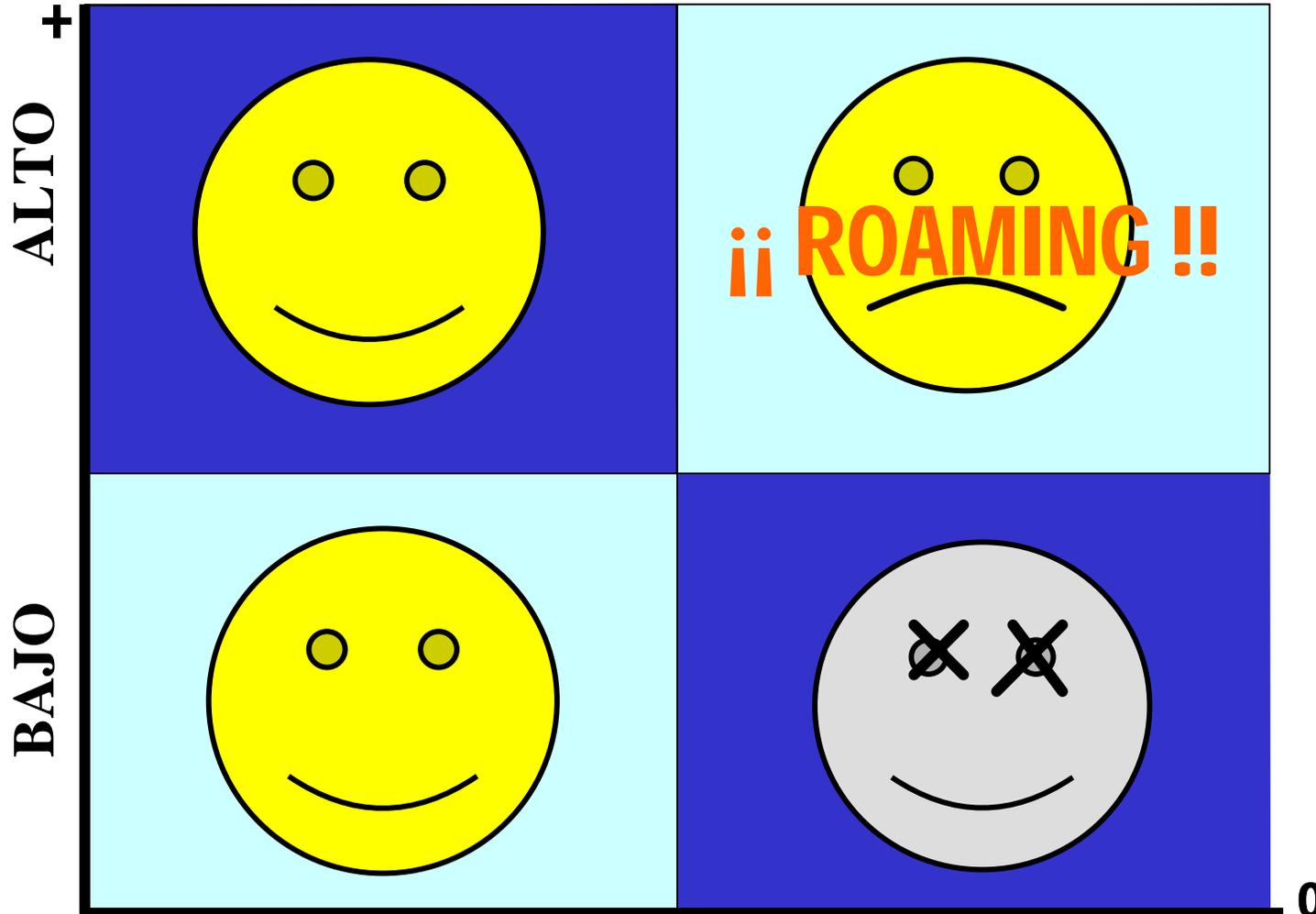
ESTRATEGIA PRECIO-CALIDAD

CALIDAD

ALTO

BAJO

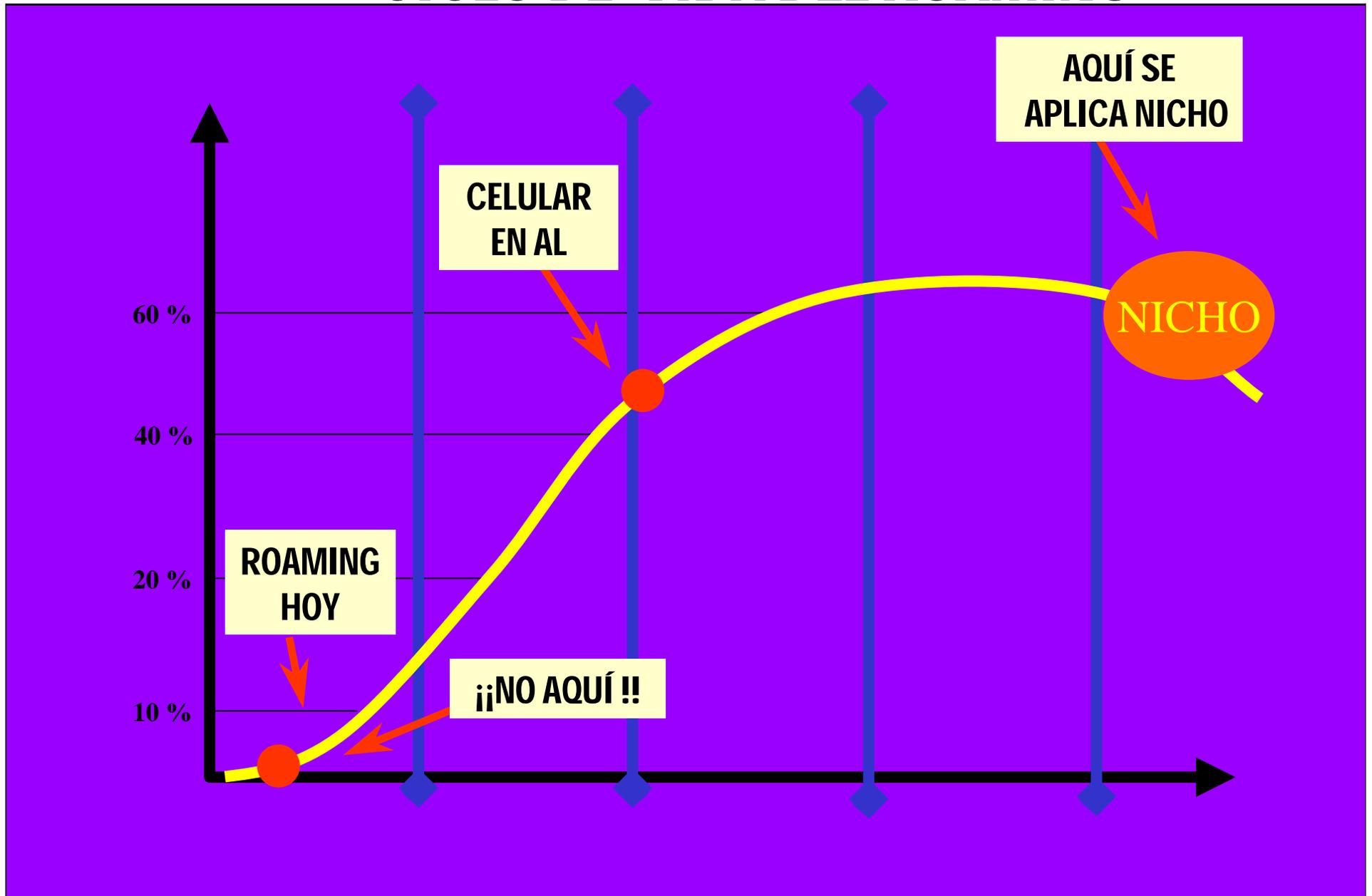
PRECIO



ESTRATEGIA COMPETITIVA



CICLO DE VIDA DEL ROAMING



CARTERA DE PRODUCTO EN OPERADORES



ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA
4. ESTRATEGIA EN ROAMING
5. **FUTURO DE ROAMING**
- 6.

CUESTIONES SOBRE ROAMING

- 1. ¿ Es posible integrar esfuerzos para desarrollar el sector y el servicio ?**
- 2. ¿ Cómo estimular las inversiones
¿ En qué dirección ?**
- 3. ¿ Qué pasará con la normativa en roaming ? ¿ Es necesario ?
¿ Es indispensable?**

CUESTIONES SOBRE ROAMING

- 4. ¿ Debe intervenir el gobierno ?
¿ En qué magnitud ?**

- 5. ¿ La Sociedad de la Información es relevante para el servicio ?
¿ Cómo ?**

- 6. En una década, ¿Cuál sería el escenario, para el sector y el servicio ? ¿ Es posible una visión compartida ?**

ROAMING INTERNACIONAL

1. ENFOQUE CONCEPTUAL
2. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
3. PRODUCTO: DISEÑO Y CICLO DE VIDA
4. ESTRATEGIA EN ROAMING
5. FUTURO DE ROAMING
6. DISCUSIONES

PREMISAS SOBRE EL NEGOCIO MÓVIL

- **El producto celular es comunicación de V0Z**
- **En plazo medio la comunicación de voz continuará siendo el producto que genera el mayor volumen de ingresos**
- **Los servicios conexos a V0Z serán los que determinen la rentabilidad del negocio**

PREMISAS SOBRE SERVICIO DE VOZ

- **Las variables de VOZ son:**

Calidad de señal

**Suplementarios de voz (casilla, caller ID,
transferencias**

**Suplementarios de atención: 7x24,
emergencias**

PREMISAS SOBRE ROAMING DE VOZ

- **Las necesidades de movilidad del cliente implica:**
 - El servicio lo sigue por donde vá**
 - Estar en contacto para negocios/su casa**
 - Posibilidad de resolver emergencias y seguridad**

PREMISAS SOBRE ROAMING

- **Roaming es parte del servicio de comunicación de VOZ**
- **Los costos están inmersos y cubiertos por el negocio core de telefonía celular**
- **Los costos de depreciación, amortización D&O son independientes de la oferta roaming**
- **Los costos relevantes para la rentabilidad son los costos directos imputables a la operación del roaming internacional.**

VARIABLES QUE ENFOCA EL ROAMING

El RI se concentra en las tres variables que definen el negocio de telefonía celular:

- **Voz: señal, correo, 7x24. El cliente sólo desea llamar y que lo llamen.**
- **Movilidad: el cliente desea no perder llamadas si está fuera de su oficina/hogar.**
- **Cobertura: el cliente quiere estar seguro que tiene servicio en donde se encuentra.**