

Tendencias TMT 2009 Costa Rica





About Deloitte

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu (DTT), a Swiss Verein, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see www.deloitte.com/about for a detailed description of the legal structure of DTT and its member firms.

About TMT

The Deloitte Touche Tohmatsu (DTT) Global Technology, Media & Telecommunications (TMT) Industry Group consists of the TMT practices organized in the various member firms of DTT. It includes more than 6,000 member firm partners, directors and senior managers supported by thousands of other professionals dedicated to helping their clients evaluate complex issues, develop fresh approaches to problems and implement practical solutions. There are dedicated TMT member firm practices in nearly 45 countries and centers of excellence in the Americas, EMEA and Asia Pacific. DTT's member firms serve nearly 90 percent of the TMT companies in the Fortune Global 500. Clients of Deloitte member firms' TMT practices include some of the world's top software companies, computer manufacturers, wireless operators, satellite broadcasters, advertising agencies and semiconductor foundries – as well as leaders in publishing, telecommunications and peripheral equipment manufacturing.

About the research

The 2009 series of predictions has drawn on internal and external inputs from conversations with member firm clients, contributions from DTT member firms' 6,000 partners and practitioners specializing in TMT, discussions with financial and industry analysts, and conversations with trade bodies.

Contenido

3 Prólogo

7 Telecomunicaciones

7 El Triple-Play en camino

7 Preparando las ofertas de servicios de valor agregado sobre internet

8 Desarrollo de la fibra óptica

8 Servicios empresariales

8 Movimientos en los marketshares

9 Medios de Comunicación

9 De un lector pasivo a un lector activo

9 Continuidad en las redes audiovisuales

9 Eventos como vitrina del futuro

10 Tecnología

10 Reduciendo costos de inversión en TI

10 Optimizando el uso de la tecnología

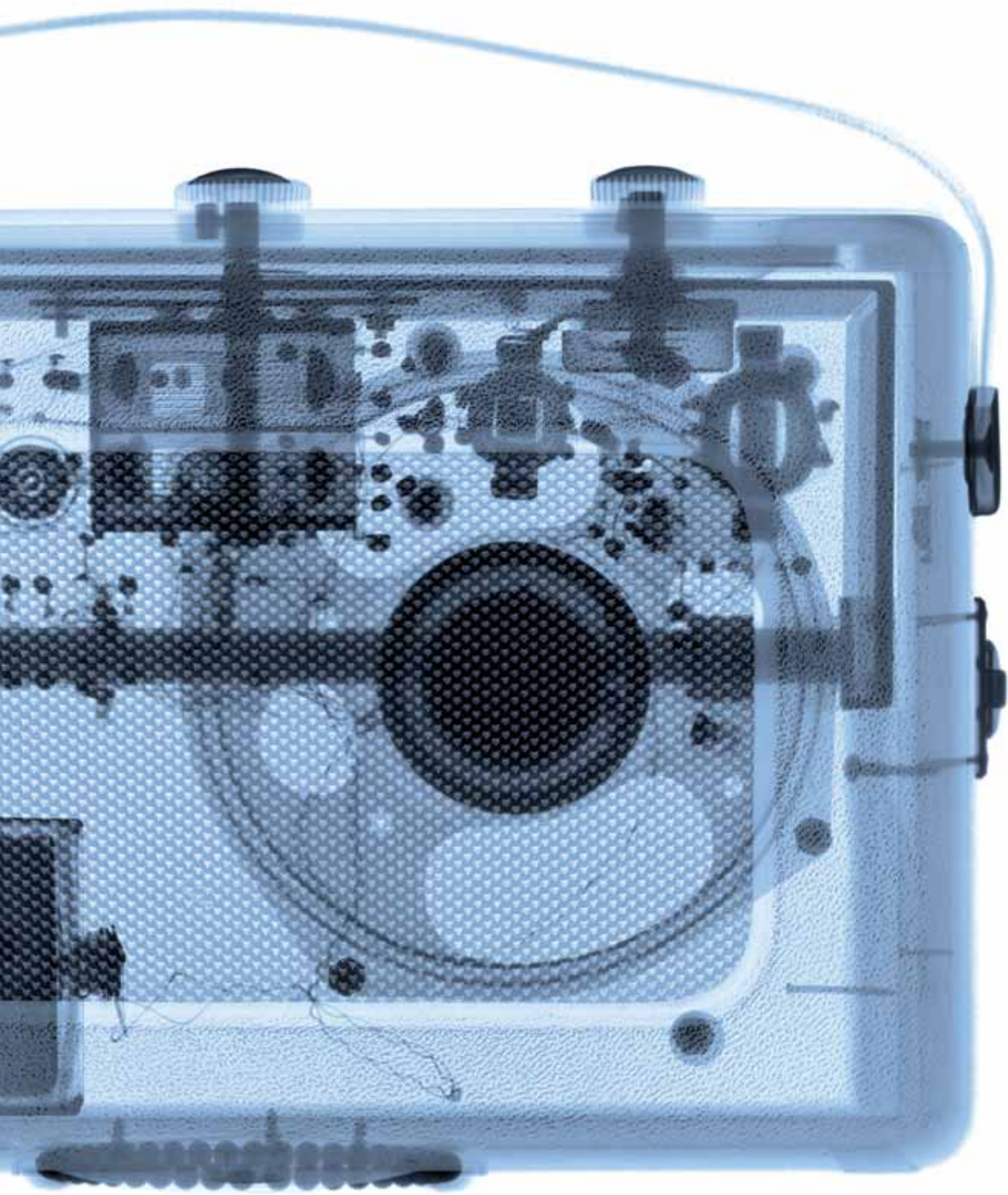
10 Visto bueno para el teletrabajo

10 Las redes sociales encubiertas

11 Los netbooks están de moda

11 Más seguridad en los sistemas

11 Más oportunidades en los shared services



Prólogo

Como cada inicio año, Deloitte publica sus predicciones globales para los sectores de Tecnología, Media y Telecomunicaciones. Este año 2009 es histórico por una serie de factores inéditos que se están combinando: una crisis sistémica cuyo centro radica en los EEUU, una nueva repartición de las influencias en el mundo con un destacado posicionamiento de varios países emergentes, el fortalecimiento de una nueva filosofía de gobernabilidad en la que el usuario se hace céntrico, como resultado de una evolución social y tecnológica.

En este documento se propone identificar posibles tendencias a nivel nacional:

¿Qué nos espera en Telecomunicaciones, Medios y Tecnología en Costa Rica para el 2009?




Gilles Maury
Consultor
Deloitte Costa Rica



Telecomunicaciones

1. El Triple-Play en camino

El año inició con una duplicación del ancho de banda de internet a los hogares de parte del ICE. El país contaba con una base instalada de 147.000 usuarios de banda ancha a finales de 2007.

Sin embargo, para proveer al mercado el Triple-Play con telefonía sobre IP, internet y Televisión sobre IP (IPTV), hay que contemplar que la emisión de una señal de video en MPEG-4 para IPTV requiere de 2,4 Mbps, y existe una interrogación en cuanto a la capacidad de la red de cobre de llevar este ancho de banda de forma masiva por ADSL a los hogares.

Las cableras se verían entonces en mejor posición para brindar estos servicios por cable coaxial:

- AMNET comprada por Millicom ya posee los elementos técnicos para ofrecer servicios de Triple-Play (y posteriormente de Quadruple-Play gracias a su experiencia en redes móviles).
- Cabletica que pertenece al grupo de Teletica manejó un acercamiento con el ICE para generar una sinergia entre oferentes de contenido (la red) y oferentes de contenido (los programas de TV).

Otra opción consiste en desarrollar estos servicios de forma inalámbrica con WiMAX, si la SUTEL lleva a concurso las frecuencias para esta tecnología. Tanto el ICE como los operadores entrantes podrían apalancarse en esta posibilidad.

2. Preparando las ofertas de servicios de valor agregado sobre internet

La capacidad de la red fija está por aumentar con la activación del proyecto del ICE "frontera a frontera". Para convertir la capacidad de diferenciación que constituye una red con capacidad de transmisión de datos a alta velocidad, el ICE necesitará fomentar un ecosistema capaz de ofrecer a los usuarios aplicaciones móviles.

Las ofertas de servicios de valor agregado que saldrán al mercado se lanzarán apoyándose en los diferenciadores siguientes:

- Capacidad de ancho de banda
- Cantidad y tipo de canales de televisión
- Calidad de la conexión
- Calidad del servicio al cliente y de los servicios técnicos
- GEP (guía electrónica de programas) para "surfear" con el control en el programa de televisión interactivo
- Programación de grabación y almacenamiento de video
- Video a la Demanda
- Wi-Fi integrado
- Etc.

Estos servicios sólo podrán existir si se demuestra una capacidad para coordinar entre actores del mundo del software, del hardware, de redes, de sistemas, de mercadeo, de diseño de servicios, de contenidos audiovisuales, de administradores de derechos de autor, etc.



3. Desarrollo de la fibra óptica

La configuración urbanística de Costa Rica, en donde la población está poco concentrada al vivir en edificaciones de pocos pisos no es óptima para garantizar un ROI de la fibra hasta el hogar (FTTH), por el alto costo de su instalación. Por lo tanto, la estrategia de desarrollo de infraestructura deberá concentrarse en ciertos sectores (empresariales o turísticos) que puedan justificar esta pesada inversión.

RACSA seguirá con su programa de instalación de 260.000 conexiones de banda ancha en cinco años que abarca un componente de fibra. También RACSA desplegará su datacenter para albergar plataformas de servicios de valor agregado, lo que significa también la constitución de ecosistemas de proveedores para diseñar, implementar y operar estos servicios en función de la demanda nacional.

4. Innovación en los servicios empresariales

Hoy en día, las empresas están limitadas por barreras de entrada como lo son la compra de equipos, la gestión de la seguridad, del mantenimiento y de la gestión de las actualizaciones, del soporte técnico de cuestiones que no pertenecen a su enfoque de negocio. Además en tiempos de crisis, las empresas valoran tener flexibilidad y control de su flujo de caja.

Consecuentemente, es de esperarse que rápidamente se arme una competencia para ocupar el mercado empresarial, en particular para ofrecer paquetes llave en mano para las PyMEs.

De esta forma, los operadores podrían lanzar ofertas de telefonía empresarial mediante la opción de centrex, convirtiendo esta tecnología en un servicio mensualizado. A la telefonía se podría integrar una oferta internet con seguridad, e-mail y hosting de sitio y hasta provisión de las computadoras y teléfonos: la empresa cliente solo pagaría un monto mensual por usuario en función de las facilidades elegidas y con factura única, mientras que el operador se encarga de la totalidad de la operación, equipos, mantenimiento y actualización de la solución y garantiza la calidad del servicio.

5. Movimientos en los marketshares

En Costa Rica la tasa de equipamiento en celulares es baja (34% en el 2007, es la tasa más baja en toda la América continental – Fuente ITU 2007). Por esta razón, el ICE buscará aumentar su penetración de mercado mediante la plataforma de prepago que debería de entrar en uso próximamente.

También es probable que el ICE integre la modalidad de subvención de los teléfonos celulares que serán ofrecidos sin costo a suscriptores de contratos de uno o dos años. De esta forma se podrá ocupar rápidamente el mercado de la telefonía 3G que se espera entre en acción para finales del 2009 con la red de Huawei, sabiendo que los celulares 3G o smartphones son particularmente caros (más de \$500).

Los nuevos entrantes buscarán diferenciarse gracias a ofertas ágiles comercialmente, servicios creativos y un mercadeo atrevido.

Medios de Comunicación

1. De un lector pasivo a un lector activo

Existe en Costa Rica una competencia ardua a nivel de la prensa escrita y la propuesta digital de dichos medios ya goza de un nivel interesante que se definió progresivamente a lo largo de los años para llegar a las características siguientes:

- Información gratuita
- Actualización constante
- Integración multimedia (audio y video)
- Integración de blogs e información de expertos

La prensa papel aún subsidia el medio electrónico, pero en el mercado de la ciberprensa cualquier blog es una fuente de información y la sobrevivencia de una institución a plazo requiere de la monetización de la audiencia. Internet se convirtió en una gigantesca plaza de comunicación donde la clave es influenciar. Por ende, la guerra para posicionarse ahí entre estos medios es activa, y este año 2009 debería de ver un aumento en la participación de los lectores en el medio, ya sea a través de los comentarios que se verán puestos en evidencia o eventualmente para la escogencia de ciertos temas de interés.

2. Continuidad en las redes audiovisuales

No se espera que las tecnologías de televisión digital de alta definición y radio digital que mejoran la calidad de la señal despeguen significativamente en el mercado todavía, pese a una gran oferta de televisores dotados de esta capacidad y la existencia de ofertas comerciales. En efecto, hará falta una inversión importante para actualizar las redes de difusión de televisión y radio a un formato digital.

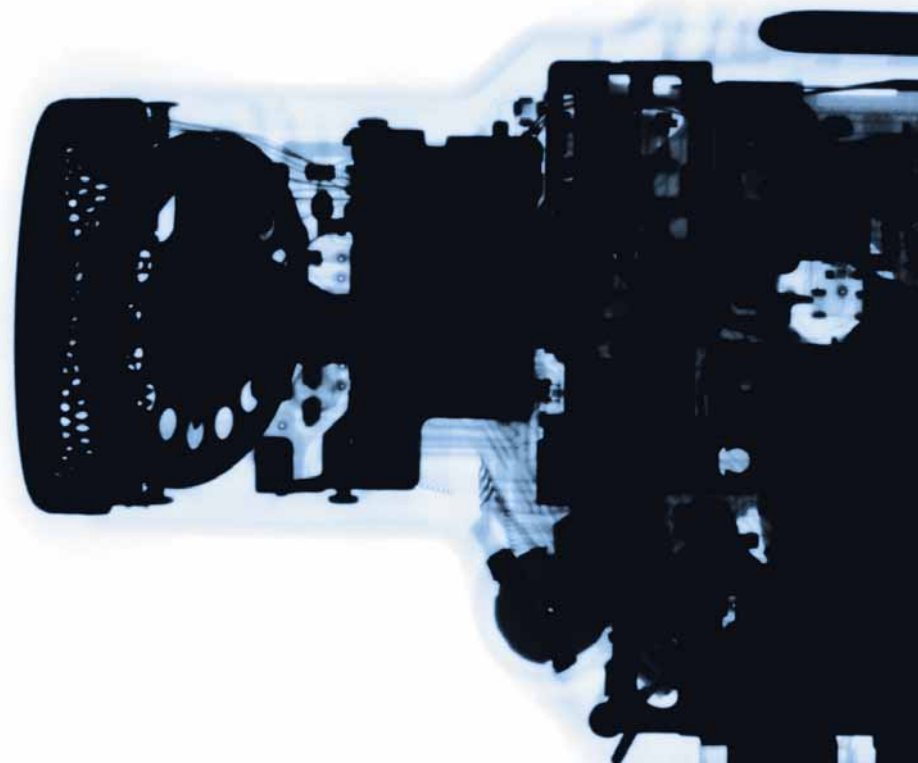
3. Eventos como vitrina del futuro

Este 2009 será marcado por dos eventos mayores a nivel nacional: la campaña de las Elecciones de 2010, y la Hexagonal de fútbol hacia la Copa del Mundo Suráfrica 2010.

Al igual que vimos en los últimos años la explosión de los concursos de números cortos, estos próximos eventos deberían de acompañarse de novedades.

Así, en los minutos que siguieron el terremoto de Vara Blanca el pasado 8 de enero, vimos como el sitio de La Nación se convirtió en una plaza de intercambio de información de todo el país, de forma precisa e instantánea, gracias una herramienta de microblogging tipo twitter.

Por otro lado, la próxima campaña política tendrá un papel activo en internet, en cuanto a debates, presentación de ideas en formato de texto, video, blogs y foros.



Tecnología

1. Reduciendo costos de inversión en TI

Una conducta defensiva con las inversiones en TI se reflejará en la búsqueda de parte de las empresas para conseguir mejores opciones de costo y de simplificación y reducción de sus gastos. De ahí deberían surgir o fortalecerse ciertas opciones en particular para las PyMEs, tales como:

- Uso de soluciones gratuitas o casi gratuitas, como Skype (en P2P) o Asterisk (en servidores) para la Telefonía IP, aplicaciones que corren en plataformas abiertas tipo Linux, etc.
- Acercamiento al mercado gris para adquirir equipos de segunda mano,
- Compra de productos baratos de marcas desconocidas o de genéricos,
- Alquiler de equipos,
- Outsourcing de soluciones de software y/o de hardware, desde el sitio web, la gestión del e-mail corporativo, hasta aplicaciones tipo ERP,
- Uso de soluciones de software en línea según el modelo SaaS (Software as a Service), como por ejemplo Salesforce.com, Microsoft BizSpark, Microsoft Azure, Yahoo Zoho, Google App Engine, etc.

2. Optimizando el uso de la tecnología

El 2009 será un año movido con la apertura de mercados, las transformaciones debidas al TLC, y la crisis económica de ciertos sectores. En el mercado, estos cambios se traducirán con fusiones/adquisiciones, rotación de personal, despidos, etc.

En este contexto, las empresas tendrán que proteger el corazón de su negocio, el cual en muchos casos para todos los sectores de los servicios radica en sus sistemas de información y en la cabeza de sus colaboradores.

Sistemas de knowledge management acompañados con procesos de manejo del cambio ayudarán a las empresas a proteger sus órganos vitales.

3. Visto bueno para el teletrabajo

Mucho se ha hablado sobre el teletrabajo, y existe hoy un consenso en considerar que mediante una necesaria preparación, permite aumentar la calidad de vida y la productividad de muchas personas.

Si la tecnología es madura, subsisten barreras que se deben más que todo a rechazo al cambio y motivos culturales ligados con las tradicionales costumbres de trabajar bajo control visual, lo cual está debatido con el modelo de trabajo por resultados.

En Costa Rica, varias organizaciones públicas y privadas decidieron integrar esta opción en su reflexión y ya dieron frutos varios experimentos en este sentido (en particular en el ICE). Al romperse este miedo al cambio de cultura laboral, y por las expectativas de las nuevas generaciones (ver el párrafo "Las redes sociales encubiertas" a continuación), es probable que esta modalidad se extienda paulatinamente para aquellos trabajadores que así mejorarían su eficiencia.

4. Las redes sociales encubiertas

Muchos de los costarricenses que eran adolescentes cuando Costa Rica entró en el mundo de las nuevas tecnologías en 1997 con la llegada de Intel, se volcaron hacia este nuevo mundo, adueñándose de la internet y de la web, desarrollando de esta forma una cultura alternativa centrada en la libertad y el intercambio dentro de la aldea global.

A nivel mundial se habla del surgimiento de la generación Y (los que nacieron entre 1978 y 1995): la generación más poblada de Costa Rica son los que nacieron en 1985, hoy tienen 23 años y llegan a tener cada vez más protagonismo en la sociedad.

En particular en cuando a foros, blogs, plataformas de e-commerce, redes sociales, está apareciendo una nebulosa muy densa de iniciativas que crece fuera de los focos institucionales, que crece rápidamente. Llegará un momento en que esta burbuja será demasiado grande para no verse y transformará los sistemas tradicionales de comunicación. Las organizaciones públicas y privadas deberán de interesarse a este fenómeno para no quedar atrás y saber convertir en ventaja esta nueva cultura de comunicación e inclusive de trabajo.

5. Los netbooks están de moda

Las pequeñas computadoras llamadas netbooks, fáciles de transportar por su reducido tamaño, livianas (1 kg) y relativamente baratas (menos de \$500) se están haciendo de moda en Costa Rica, en particular en la navidad pasada.

El público meta de este tipo de dispositivos son los estudiantes, las personas nómadas que trabajan en varios lugares, las personas que no quieren llevar una computadora pesada, cara y con datos valiosos sino que prefieren desplazarse con una pequeña maquina complementaria, y naturalmente los aficionados a las novedades. Con el inicio de las clases universitarias, es probable que este fenómeno aumente, pero será gracias al desarrollo del acceso a internet móvil con Wi-Fi o con la red 3G que llegará el auge de estas máquinas.

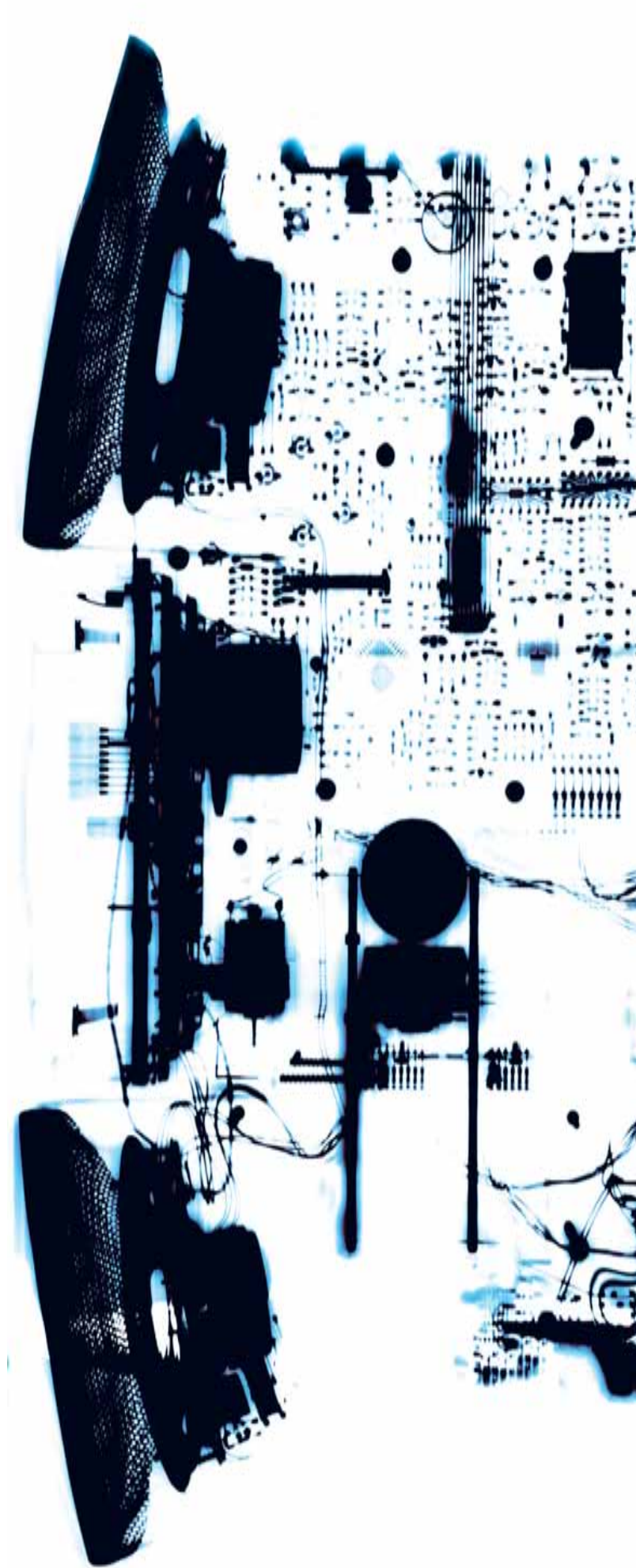
6. Más seguridad en los sistemas

Hace unas semanas, los bancos estatales que tuvieron clientes víctimas de fraude electrónico apelaron condenas por fraudes bancarios.

Sea cual sea el resultado de esta acción, el país conoció el año pasado la realidad de la amenaza electrónica. Pese a las medidas de protección implementadas reactivamente contra este phishing, se creó un precedente por el cual la inversión en sistemas de seguridad y la aplicación de políticas más estrictas en el manejo de la información se verán aumentadas, no solo en el sector bancario sino en general para las empresas consumidoras de información.

7. Más oportunidades en los shared services

Las empresas líderes del sector de la tecnología a nivel mundial multiplican los anuncios de reducción de actividad y de planilla, como es el caso de Intel o de HP por ejemplo. Sin embargo, los mecanismos globales activados por la crisis confieren a Costa Rica una posición de competitividad dentro del entorno internacional. Por esta razón es de esperarse que se refuercen las empresas del sector ya presentes, y que inclusive se acelere el movimiento de deslocalización de nuevas desde los EEUU o desde otros países más lejanos.



Carlos Gallegos

Socio de Consultoría

gallegos@deloitte.com

Tel.: 2246 5225

Gilles Maury

Consultor

mgilles@deloitte.com

Tel.: 2246 5225

Si desea información adicional, por favor, visite www.deloitte.com/cr

Deloitte presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. La firma aporta su experiencia y alto nivel profesional ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo. Para ello cuenta con el apoyo de una red global de firmas miembro presentes en 140 países y con 165.000 profesionales que han asumido el compromiso de ser modelo de excelencia.

Los profesionales de Deloitte comparten una cultura de colaboración basada en el compromiso mutuo, en la integridad y en la aportación de valor al mercado y a los clientes, apoyándose para ello en la riqueza derivada de la diversidad cultural y el aprendizaje continuo obtenido de nuevas experiencias y desafíos y que contribuyen, asimismo, al desarrollo de su carrera profesional. Los profesionales de Deloitte contribuyen a cumplir con la responsabilidad de la firma, generando confianza en el mercado y logrando un impacto positivo entre sus grupos de interés.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu (Swiss Verein) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu y sus firmas miembro.

© 2009 Deloitte & Touche, S.A. Member of Deloitte Touche Tohmatsu.

El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito de los titulares del copyright. Deloitte no se hace responsable del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de Deloitte.

Diseñado por el Departamento de Comunicación & Mercadeo, Deloitte Costa Rica.