

Crecimiento del Sector Telecom y el Mercado Móvil en 2009

Elaborado por The Competitive Intelligence Unit

El sector de las telecomunicaciones en su conjunto logró crecer 6.3% durante 2009, medido en moneda nacional, al obtener ingresos por 385,350 millones de pesos comparados con los 362,505 millones de pesos obtenidos durante 2008; en un año caracterizado por una recesión económica mundial. Esto es meramente un reflejo de la mayor adopción y elevada productividad de los servicios de telecomunicaciones que han logrado posicionarse transversalmente dentro de la economía nacional.

Ahora bien, analicemos a profundidad el segmento de telecomunicaciones móviles, el cual aporta 54.0% de los ingresos totales del sector en México:

Telecomunicaciones Móviles

Medido por el número de líneas, el segmento móvil del mercado de telecomunicaciones mostró ser el más dinámico de la industria de las telecomunicaciones, al registrar sistemáticamente tasas de crecimiento anuales de doble dígito, con 20.6% durante 2006, 22.2% en 2007 y 16.9% en 2008. En el año de 2009, su tasa fue de 6.6%, desaceleración que le hace ceder el título de mayor dinamismo a favor del crecimiento de los accesos de banda ancha a internet.

Sin embargo, el hecho de que el crecimiento de líneas suceda a un menor ritmo no quiere decir que ya se haya saturado el mercado.

El 2009 terminó con 83.1 millones de líneas móviles, lo cual representa una penetración de 76.9 líneas por cada 100 habitantes. Esta cifra es aún baja en comparación con nuestros principales socios comerciales y países similares en la región como Chile o Argentina. Podemos atribuir la desaceleración del mercado móvil a dos factores principales:

- o La recesión económica a nivel mundial y sus efectos acentuados en México (caída de 6.5% del PIB en 2009), que ha incidido en el poder adquisitivo de la población, además, de un aumento en el desempleo
- o La maduración media del mercado, cuando alcanzó 83 millones de líneas durante el año

Un estudio econométrico multivariado sobre los determinantes de la demanda por servicios de telecomunicaciones móviles realizado por The Competitive Intelligence Unit mide el alto impacto de la macroeconomía en la coyuntura de corto plazo del segmento. Confirma que las condiciones recesivas de la economía, el alto desempleo, la inflación y algunas variables de desarrollo económico contribuyen a explicar en una elevada proporción la desaceleración en la adopción de estos servicios en la población mexicana. Esa situación del mercado no alcanzó a ser compensada por la reducción en precios, por ejemplo, como la implícita en los paquetes que ofrecen esquemas de llamadas “ilimitadas” a algunos números de uso frecuente o intra-net.

No obstante, el avance en grado de maduración del mercado y el menor ritmo de crecimiento, las empresas muestran una tendencia positiva en sus ingresos derivadas de un mayor uso de los servicios de voz y el avance en la profundización y masificación del uso de otros servicios de valor agregado, como son las conexiones de banda ancha móviles, SMS y redes sociales, entre otros.

Resumen del Mercado Móvil al Cierre de 2009

2009	Telcel	Movistar	Iusacell/ Unefon	Nextel	Maxcom	Total
Líneas (Miles de Líneas)	59,167	17,351	3,595	2,921	50	83,084
Participación de Mercado (Líneas)	71.2%	20.9%	4.3%	3.5%	0.1%	100%
ARPU (pesos)	175	126	199	614	-	181
MOU (Minutos)^e	199	138	226	426	-	195
Ingresos (millones de dólares)	10,553	2,172	848	1,843	-	15,416
Ingresos (millones de pesos)	142,579	29,343	11,487	24,953	-	208,363
Ingresos (% del total)	68.4%	14.1%	5.5%	12.0%	-	100%

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con información de los operadores.

El número de líneas llegó a 83.084 millones al cierre del 2009, cifra que representó ingresos totales para los operadores móviles por 15,416 millones de dólares durante el año, cifra 13.0% menor a lo recabado en 2008. Sin embargo, al medirlo en moneda local, los ingresos acumulados durante 2009 crecieron 5.9% comparado con el año anterior, alcanzando ingresos por 208,363 millones de pesos. Esta diferencia corresponde, principalmente, a la variación del tipo de cambio que se observó durante la segunda mitad de 2008 y principios de 2009, y a que los precios del servicio son cotizados en moneda local disminuyendo su acumulado en dólares.

Por otro lado, un factor que impactará la evolución del segmento móvil durante el 2010, al igual que del sector de las telecomunicaciones en su conjunto, serán las medidas regulatorias que se prevén en el año ya que darán un mayor dinamismo al sector. Entre las principales medidas, se encuentran las licitaciones de

espectro radioeléctrico, la apertura plena a inversión extranjera directa en todos los segmentos del sector de las telecomunicaciones convergentes y que a su vez permitirán restablecer el espacio competitivo para todos los operadores, mientras les facultan para ofrecer nuevos y mejores servicios. En contraste, los recientes impuestos aprobados por la Cámara de Diputados tendrán un efecto de freno en la penetración y profundización de servicios móviles de voz y de datos.

Con todo, es previsible que durante el año 2010 se registre una estabilización de la tasa de crecimiento de líneas móviles en México que se aproxima a su techo estructural del mercado.

Ingresos

Los operadores móviles registraron una afectación en sus ingresos por la crisis macroeconómica resultante en una caída del PIB de 6.5%. La correspondiente estructura de costos se vio afectada similarmente por la más reciente devaluación del tipo de cambio. Así, a continuación se presentan los datos tanto en dólares como en moneda nacional.

En pesos, todos los operadores reportaron resultados positivos en sus operaciones durante el año, demostrando que aún en tiempos de turbulencia macroeconómica, los servicios de telecomunicaciones móviles son necesarios para la población ya que representan en muchos casos medios para mejorar su situación socioeconómica y son fundamentales en la operación de las empresas.

Los ingresos totales del segmento móvil mexicano fueron de \$208.4 mil millones de pesos durante el 2009, cifra 5.9% mayor con respecto al año anterior. En dólares este valor tuvo una disminución de 13.0% en relación al 2008, para un totalizar \$15,416 millones de dólares. En realidad, el crecimiento de 5.9% que reflejan los datos en pesos se debió en parte a que las tarifas se cobran en moneda nacional y en parte

también a que se sumaron 5.149 millones de nuevos usuarios al mercado durante el año.

Además, Telcel ha tenido una importante penetración en el mercado con sus servicios de tercera generación y de este modo ha logrado aumentar su ARPU en 2.9% respecto al año anterior, al pasar de \$170 a \$175 pesos mensuales. Por otro lado, este crecimiento se ve mermado al ser representado en dólares debido a la devaluación del tipo de cambio.

Destaca que una parte importante de los costos de los operadores son valuados en dólares y en este sentido, si se mantiene el panorama observado en el que no han aumentado los precios al público, esto es similar a una disminución en el precio efectivo para los usuarios finales de los servicios móviles en México. El diferencial del tipo de cambio ha sido absorbido por los operadores a través de la reducción de sus inventarios, que fueron pagados con el tipo de cambio del 2008, el uso más eficiente de la infraestructura y la desaceleración en sus inversiones.

A diferencia de otros años, cuando el cuarto trimestre se ve marcado por una fuerte estacionalidad que eleva los ingresos por el periodo vacacional y el pago de aguinaldos y bonos, durante el 2009 los resultados no fueron los más fuertes del año para algunos operadores.

Ingresos en Pesos del Mercado Móvil al Cierre del 2009

En Millones de Pesos	Periodo	Telcel	Movistar	Iusacell- Unefon	Nextel	Total
Ingresos Totales (Millones de Pesos)	2005	88,706	10,791	10,758	9,529	119,784
	2006	106,286	13,099	11,324	14,731	145,440
	2007	124,703	20,998	11,090	19,206	175,997
	2008	135,277	26,944	11,094	23,399	196,714
	I	32,182	6,316	2,758	5,492	46,748
	II	33,876	6,388	2,661	5,786	48,710
	III	33,832	6,499	2,693	6,065	49,088
	IV	35,387	7,742	2,982	6,057	52,168
	2009	142,579	29,343	11,487	24,953	208,363
	I	33,563	6,733	2,992	6,402	49,689
	II	35,082	7,442	2,804	6,364	51,692
	III	35,593	7,613	2,708	5,982	51,895
	IV	38,342	7,555	2,982	6,206	55,086
Ingresos (% del Total)	2005	74.1%	9.0%	9.0%	8.0%	100%
	2006	73.1%	9.0%	7.8%	10.1%	100%
	2007	70.9%	11.9%	6.3%	10.9%	100%
	2008	68.8%	13.7%	5.6%	11.9%	100%
	I	68.8%	13.5%	5.9%	11.7%	100%
	II	69.5%	13.1%	5.5%	11.9%	100%
	III	68.9%	13.2%	5.5%	12.4%	100%
	IV	67.8%	14.8%	5.7%	11.6%	100%
	2009	68.4%	14.1%	5.5%	12.0%	100%
	I	67.5%	13.5%	6.0%	12.9%	100%
	II	67.9%	14.4%	5.4%	12.3%	100%
	III	68.6%	14.7%	5.2%	11.5%	100%
	IV	69.6%	13.7%	5.4%	11.3%	100%

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con información de los operadores.

Ingresos en Dólares del Mercado Móvil al Cierre de 2009

En Millones de Dólares	Periodo	Telcel	Movistar	Iusacell- Unefon	Nextel	Total	
Ingresos Totales (Millones de Dólares)	2005	8,145	1,008	932	910	10,995	
	2006	9,753	1,202	1,018	1,283	13,256	
	2007	11,416	1,923	1,015	1,759	16,113	
	2008	12,215	2,400	999	2,115	17,729	
	I	2,979	584	255	508	4,326	
	II	3,249	621	255	555	4,680	
	III	3,277	602	261	588	4,728	
	IV	2,710	593	228	464	3,995	
	2009	10,553	2,172	848	1,843	15,416	
	I	2,333	468	208	445	3,454	
	II	2,602	552	208	472	3,834	
	III	2,684	574	204	451	3,913	
	IV	2,934	578	228	475	4,215	
	Ingresos (% del Total)	2005	74.1%	9.2%	8.5%	8.3%	100%
		2006	73.6%	9.1%	7.7%	9.7%	100%
		2007	70.9%	11.9%	6.3%	10.9%	100%
2008		68.9%	13.5%	5.6%	11.9%	100%	
I		68.9%	13.5%	5.9%	11.7%	100%	
II		69.4%	13.3%	5.4%	11.9%	100%	
III		69.3%	12.7%	5.5%	12.4%	100%	
IV		67.8%	14.8%	5.7%	11.6%	100%	
2009		68.5%	14.1%	5.5%	12.0%	100%	
I		67.5%	13.5%	6.0%	12.9%	100%	
II		67.9%	14.4%	5.4%	12.3%	100%	
III		68.6%	14.7%	5.2%	11.5%	100%	
IV	69.6%	13.7%	5.4%	11.3%	100%		

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con información de los operadores.

Por último, Telcel, el mayor operador de telecomunicaciones móviles en el país, fue la única empresa que logró incrementar sus ingresos trimestrales tanto en dólares como en pesos. Esto se debió a su estrategia de migrar clientes de esquemas de prepago, típicamente de menor consumo, a esquemas de pospago. Así, la empresa propiedad de América Móvil obtuvo ingresos por \$38,242 millones de pesos o \$2,934 millones de dólares durante el cuarto trimestre. Esto representó un incremento de 8.3% en pesos y de 8.2% en dólares. Durante el 2009, Telcel sumó ingresos por \$142,579 millones de pesos, un aumento anual del 5.3%, equivalentes a \$10,553 millones de dólares, una caída del 13.6%.

Con respecto a los ingresos en moneda nacional, Movistar resintió los efectos de la recesión con la consecuente disminución del ARPU al sumar suscriptores de mercados masivos, con lo que alcanzó a captar 13.9% de los ingresos totales del cuarto trimestre, que representa un aumento anual de 8.9%, al totalizar \$29,343 millones de pesos. En dólares, Movistar generó ingresos por \$2,172 millones durante todo el año, que representa una caída de ingresos de 9.5% para el total anual.

Los altos ingresos de Nextel generados por su base de suscriptores reducida, se derivan que cuenta con un gran número de clientes empresariales por lo que tiene el mayor ARPU del sector, por su intensidad de uso y alta fidelidad a los servicios. Nextel reportó ingresos para el último trimestre del 2009 por 475 millones de dólares o 6,206 millones de pesos. En cuanto a los ingresos acumulados, Nextel reportó un total de 24,953 millones de pesos, 6.6% más que en el 2008, lo cual se traduce en ingresos por 1,843 millones de dólares, 12.9% menos que el año anterior. En comparación con el mismo trimestre del año anterior, los ingresos en dólares crecieron 5.3% mientras que en pesos aumentaron 3.8%.

Iusacell reportó ingresos trimestrales por \$2,982 millones de pesos, siendo así el operador móvil de menor tamaño medido en términos de ingresos. Con esto, sus ingresos durante el cuarto trimestre, tanto en pesos como en dólares, se mantuvieron en el mismo nivel que durante el mismo trimestre de 2008. En términos anuales, la

empresa propiedad del Grupo Salinas, disminuyó sus ingresos acumulados en el año en 3.5%, para un total de \$11,487 millones de pesos, con respecto al año pasado a pesar de sus esfuerzos por promover sus servicios de tercera generación y de depurar su base de clientes de aquellos que no son rentables. En dólares, los ingresos anuales de Iusacell sumaron \$848 millones, 15.1% menos que durante 2008.

De esta forma, podemos esperar que de iniciarse una recuperación económica en los primeros períodos de 2010, los ingresos en pesos se vean favorecidos por una economía más fuerte con un mayor empleo y de la misma forma los ingresos expresados en dólares reflejen un tipo de cambio más favorable. De igual manera, la estabilidad cambiaria afectaría menos los márgenes de las empresas.

Líneas Móviles

Al cierre del año, el número de líneas que conformaron el mercado de las telecomunicaciones móviles alcanzó los 83.1 millones, creciendo 6.5% con respecto al cierre del 2008.

Un elemento importante de destacar es que, independientemente de que el segmento móvil permanezca como una de las más dinámicas de la industria con tasas de crecimiento permanentemente positivas, estas tasas presentan una estabilización en el rango de un solo dígito. Todo esto se debe principalmente a la recesión macroeconómica, tanto a nivel nacional como internacional, al aumento en los precios y costos que derivan de la devaluación del peso, además de la cercana aproximación de la penetración móvil al techo estructural del mercado.

Con todo, durante el transcurso del año se sumaron 1.73 millones de líneas, lo que implica que se añadieron alrededor de 145 mil líneas mensuales, para alcanzar el referido total de 83.08 millones de usuarios.

Telcel continúa siendo el líder del mercado en número de líneas al terminar el 2009 con 59.1 millones, un crecimiento anual de 4.9%. Del total de líneas, un poco más

de 5.2 millones fueron de postpago. Así, su participación de mercado al cierre del 2009 resulta ser de 71.2% de las líneas totales.

Movistar, el segunda mayor operador por número de líneas fue el de mayor dinamismo en términos relativos, al cerrar el 2009 con 17.3 millones de suscripciones. Esto representa un incremento anual de 13.6% con respecto al año anterior. La mayor parte de sus clientes son de prepago, con una reducida base de suscriptores de postpago que representan únicamente el 5.9% del total. Con todo, Telefónica Movistar continua incrementando su participación de mercado, cerrando el año con el 20.9% del número total de líneas móviles.

En tercer lugar se encuentra Nextel, con 2.9 millones de líneas al término del 2009, un aumento anual del 7.1%. Nextel cuenta con una base de usuarios totalmente de postpago pues está enfocada al mercado empresarial de alto consumo. Esto le ha permitido mantenerse como un operador de nicho con altos ingresos aunque su base de suscriptores sea relativamente pequeña teniendo la menor participación de mercado dentro del segmento con el 3.5% de las líneas móviles.

Finalmente, Iusacell es el único operador que se encuentra estancado y hasta ha decrecido en su número de líneas, cerrando el 2009 con poco más de 3.5 millones de clientes. En el 3er trimestre del 2008, habían alcanzado 4.1 millones de líneas. Destaca que entre sus clientes, la proporción de postpago es relativamente alta, con 1.1 millones de sus clientes se encuentran bajo este esquema, que representan el 31.4% de la base. La participación de mercado de Iusacell fue de 4.3% al final del año.

Del total de líneas móviles en el país, 88.8% pertenecen a clientes que utilizan el esquema de prepago. El 12.2% restante corresponde a usuarios de postpago o contrato, lo cual significa un ligero aumento de éstos con respecto al trimestre anterior. Este aumento puede atribuirse a que a que los operadores han mantenido fuertes campañas para migrar a los usuarios a esquemas de contrato o mixtos (base de contrato combinado con prepago), así como a la mayor disponibilidad de

equipos de nueva generación y también a la intensificación del uso de datos como medio de aprovechamiento de los mismos.

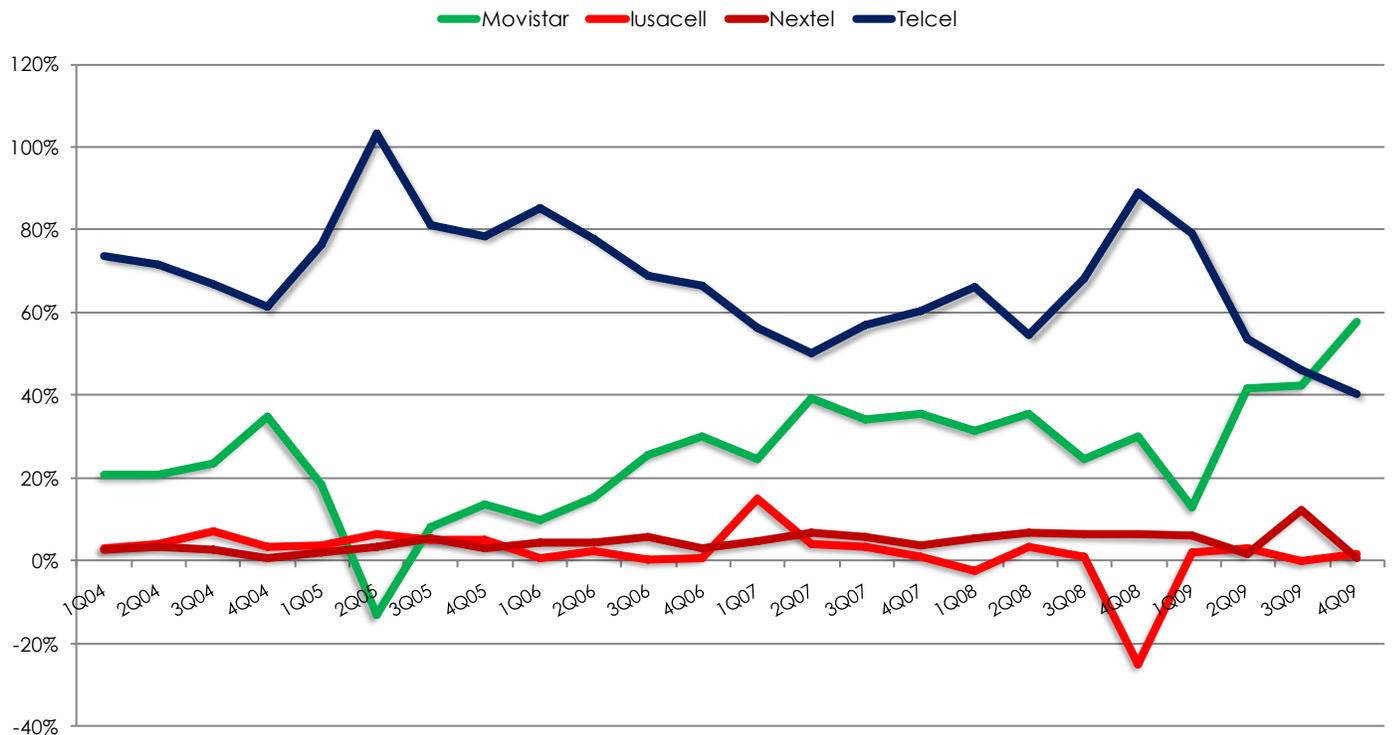
Líneas Móviles: Prepago y Pospago

4T09						
Líneas	Telcel	Movistar	Iusacell	Nextel	Maxcom	Total
Prepago	53,930	16,328	2,465	2,921	50	75,695
%	71.2%	21.6%	3.3%	3.9%	0.1%	100.0%
Pospago	5,229	1,022	1,130	-	-	7,381
%	70.8%	13.8%	15.3%	0.0%	0.0%	100.0%
Total	59,159	17,350	3,595	2,921	50	83,076
Market Share	71.2%	20.9%	4.3%	3.5%	0.1%	100.0%

Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con información de los operadores.

Al comparar con otros operadores móviles, Movistar es el operador con la menor cantidad de clientes de pospago (6% de su base de clientes); esto se debe a que tuvo una fase de expansión muy acelerada y ha logrado penetrar en todos los niveles socioeconómicos pero principalmente en los más bajos, que no cuentan con los recursos suficientes para suscribirse a un plan de pospago. Todo esto puede apreciarse también al observar un ingreso promedio por usuario menor al del mercado total.

Adiciones Netas por Operador



Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con información de los operadores.

Del total de líneas añadidas durante el trimestre, hubo solamente un operador que alcanzó una proporción superior a su participación total de mercado: Movistar con 51.3% de las nuevas líneas. Por otro lado, Iusacell y Nextel tuvieron los peores resultados; mientras que Iusacell alcanzó solamente un 1.7% de las nuevas líneas, Nextel se quedó atrás con un 0.7% de las adiciones netas. Para el caso de Telcel, si bien en términos absolutos sumó una cantidad cercana a su competidor Movistar con 46.6% de las nuevas líneas esta cifra es considerablemente menor a su participación en el mercado que llega a 71.2%.

Movistar alcanzó 1.7 millones de líneas vendidas en el último trimestre del año con 20% de las adiciones brutas totales, cantidad cercana a su participación de mercado que se ubicó en 20.9%. Por último, Iusacell agregó 1.3 millones de líneas mientras que Nextel vendió solamente 275 mil líneas, presentando la mayor

desaceleración por ser operadores de nicho empresarial mientras enfrentan una crisis económica en el aparato productivo nacional.

En contraste con las adiciones netas, se puede observar otra medida que representa mejor el esfuerzo de ventas de los operadores; esta medida son las adiciones brutas, que resultan de sumar todas las líneas vendidas por los operadores; esto es, las adiciones netas más las líneas desconectadas en el período por cada operador. De esta forma, Telcel obtuvo 5.5 millones de adiciones brutas que representan el 62.4% de las mismas aunque no logró sumar tantas líneas a su base de clientes dado su churn, esto debido al efecto negativo que implicó la portabilidad numérica para dicho operador.

Con todo, se espera que en los próximos trimestres se establezca el dinamismo del segmento móvil que se aproxima al techo estructural del mercado a la vez que se continúe intensificando la utilización de los mismos.

Un Comentario Sobre Precios e Impuestos

Históricamente, el nivel de precios en México ha sido relativamente alto en comparación con nuestros principales competidores y socios comerciales. Sin embargo, es importante destacar que en la mayoría de los servicios, el precio ha reducido significativamente su brecha con respecto a los demás países. En otras palabras, México se ha vuelto más competitivo en una trayectoria de convergencia de precios con el resto del mundo; si bien todavía vamos retrasados.

Es por ello que cobró relevancia que durante la fase final del año pasado y pese a la opinión desfavorable de la sociedad civil, de la academia, de analistas, etc., la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados haya aprobado la Ley de Ingresos 2010 propuesta por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con la cual el gobierno profundizó la tasa de gravamen fiscal sobre la base de causantes cautivos, por las vías del consumo y del ingreso.

En específico para el sector, se aprobaron dos impuestos que gravan directamente a las telecomunicaciones:

1. **Impuesto Especial a Productos y Servicios (IEPS): impuesto especial de 3% a los servicios de Telecomunicaciones.** Excluye segmentos de bajo peso y dinamismo, la telefonía rural, pública y servicios de interconexión.
2. **Impuesto al Valor Agregado: aumento del 15% al 16% el impuesto generalizado adicional a bienes y servicios en el país.** Se mantiene la exclusión a alimentos y medicinas.

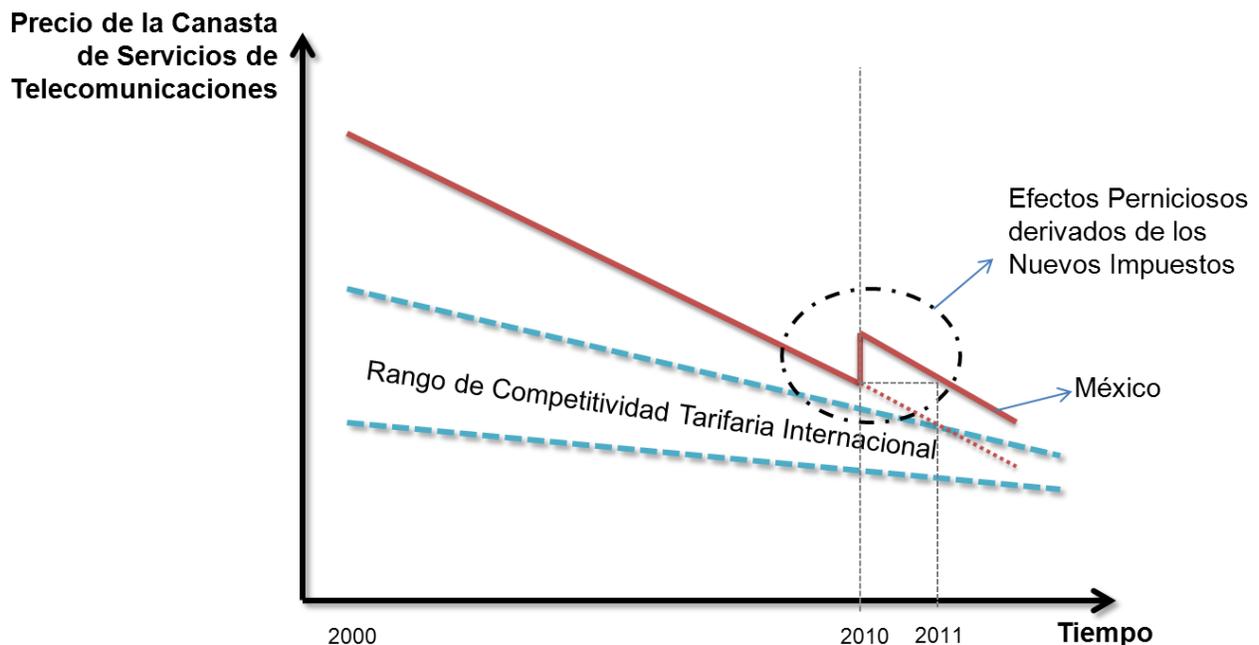
Como consecuencia de estos nuevos impuestos, análisis elaborados previamente por The CIU pronosticaron la afectación a la tasa de crecimiento del sector (que fue el único que continuó expandiéndose incluso durante la etapa más álgida de la recesión), así como la afectación directa a los usuarios de telecomunicaciones por una distorsión en la trayectoria de los precios, lo que tendrá como consecuencia el incremento en los precios, así como una reducción de la tasa de crecimiento de la penetración fija, móvil y de banda ancha.¹

Adicionalmente dichos impuestos, que como todos tienen un efecto recesivo, entran en vigor precisamente durante una de las crisis económicas más graves de la historia. Todo, en un contexto posdevaluatorio del tipo de cambio que por lo mismo, los ingresos de los operadores reduciendo sus márgenes de ganancia y limitando así su capacidad de absorción del impuesto, para evitar su transferencia a los usuarios finales.

¹Piedras, Ernesto. *Nuevos Impuestos a Telecomunicaciones: Efectos Perniciosos e Inconsistencias de Política Pública*. The Competitive Intelligence Unit (Octubre, 2009). Disponible en: [http://www.the-ciu.net/ciu_0k/pdf/CIU-Nuevos_Impuestos_a_Telecom_\(Actualizacion_Consolidado\).pdf](http://www.the-ciu.net/ciu_0k/pdf/CIU-Nuevos_Impuestos_a_Telecom_(Actualizacion_Consolidado).pdf)

El siguiente diagrama conceptual se ilustra la tendencia del precio de la canasta de servicios de telecomunicaciones en México respecto al rango de competitividad tarifaria internacional y cómo se ve retrasada su tendencia convergente dados los nuevos impuestos al consumo:

Gráfica 1 Efecto de los impuestos sobre la trayectoria de precios al consumo de servicios de Telecomunicaciones



Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit

Sin embargo, ante la nueva política fiscal respecto a los servicios de Telecomunicaciones, que conjuntamente corresponde a un alza de los impuestos de 4%, la tendencia a la baja de los precios que ha permitido permear en niveles socioeconómicos bajos con más servicios, enfrentará una desaceleración. La evidencia muestra que el incremento en el costo impositivo lo termina pagando el consumidor final (y no los operadores) ya que se le transfieren todos los gastos del servicio, lo cual contribuye a disminuir la competitividad nacional respecto a nuestros principales socios y competidores.

En este sentido, es que se empieza a resentir el incremento en los precios de manera anticipada. Con todo, los nuevos gravámenes seguirán constituyendo un freno y hasta reversa temporal en la trayectoria decreciente de los precios y resultarán en la ampliación del rezago tanto en adopción de servicios, la brecha digital, así como en el retraso de la convergencia tarifaria; todo ello aunado al, de por sí, tardío desarrollo del sector de las telecomunicaciones en México.