

BCN LATAM SUMMIT

ENCUESTA 2023

Patrocinada por:



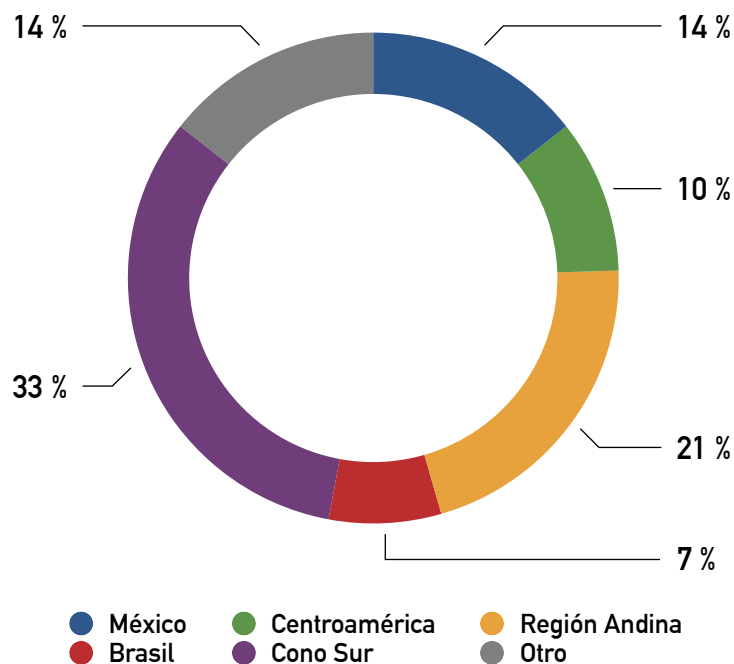
Introducción

Los días 13 y 14 de marzo se celebró la 8a Edición del BCN LATAM SUMMIT, evento que busca trasladar los temas más relevantes acontecidos durante el MWC2023 que se celebró en Barcelona. Dos días con más de 24 presentaciones donde se cubrieron diversos temas como Open RAN, 5G, uso eficiente de la infraestructura, cloudificación de la red, y seguridad, entre muchos otros.

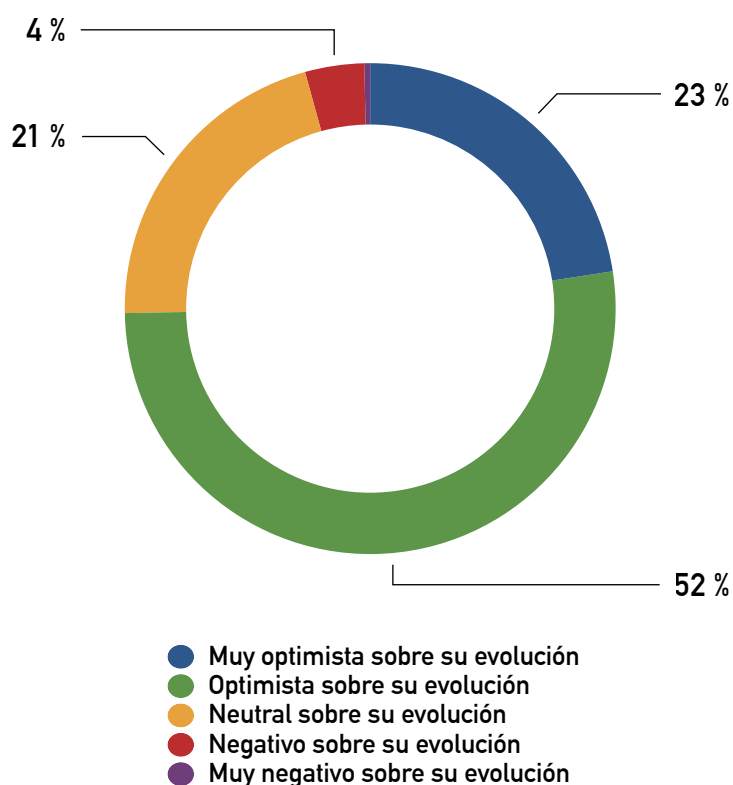
Como cada año, TeleSemana.com aprovechó el evento para recopilar datos sobre cómo ven los profesionales del sector de las telecomunicaciones en la región a nuestra industria. En esta ocasión 257 ejecutivos del sector participaron de nuestra encuesta anual para entender la salud del sector de las telecomunicaciones y cómo avanzan las nuevas tecnologías en estas latitudes. Este número supuso un incremento importante con respecto a los 183 que participaron de la misma encuesta en 2022.

En primer lugar, encontramos la demografía de la muestra por región dentro de Latinoamérica, para continuar con los resultados de la encuesta y la lectura que hace el equipo editorial de TeleSemana.com de los mismos. Para advertir los cambios de mirada en relación al año anterior, sugerimos descargar la versión de este informe de 2022, ya que se realizaron las mismas preguntas y con ambos documentos se puede obtener una radiografía mejor contextualizada.

¿Usted responde esta encuesta desde?

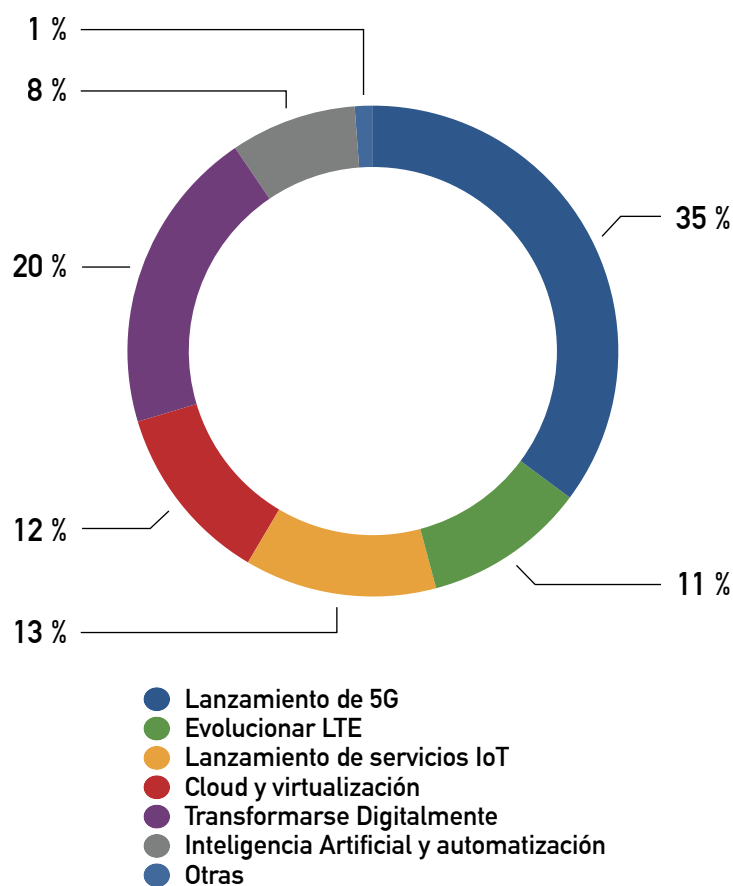


¿Cuál es su percepción del mercado de las telecomunicaciones para 2023?



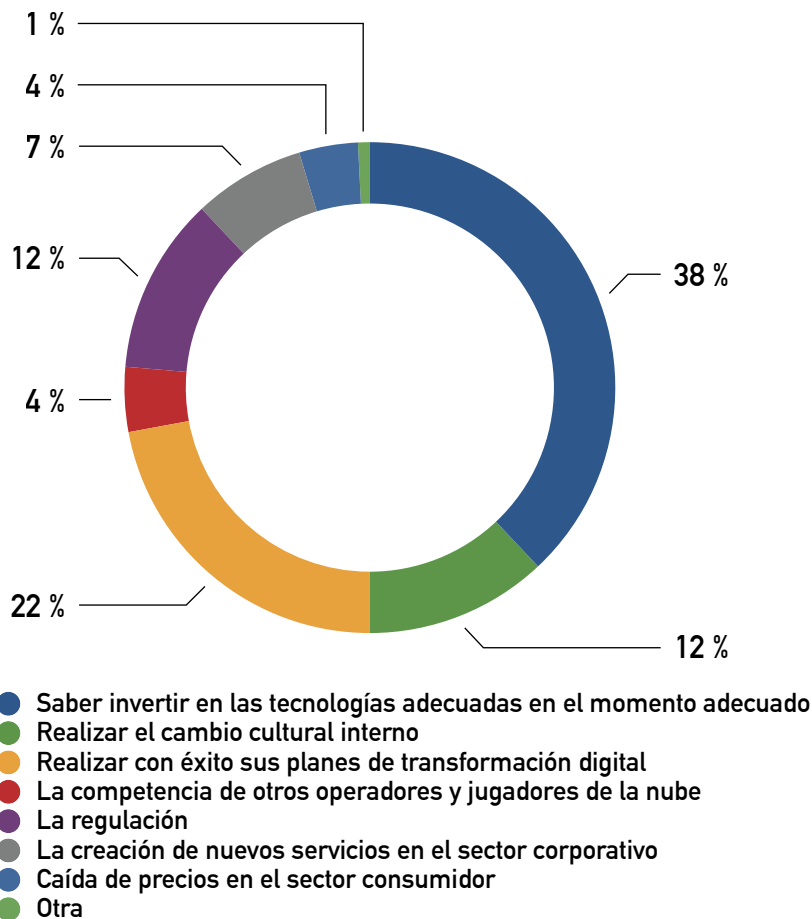
En general, el sector de las telecomunicaciones se sigue mostrando optimista con respecto a la evolución del mercado en este año 2023, aunque en porcentajes es un poco menor. En 2022, un 25 por ciento de los encuestados eran muy optimistas, versus el 23 por ciento de este año. A su vez, los optimistas representaban un 54 por ciento en 2022 mientras que en esta edición ese nivel cayó a un 52 por ciento. Si bien la coyuntura internacional podría hacer pensar en un retroceso aún mayor, el sector se muestra positivo ante el futuro a corto plazo.

¿Cuáles cree que deben ser las prioridades de inversión para los operadores de telecomunicaciones de la región?



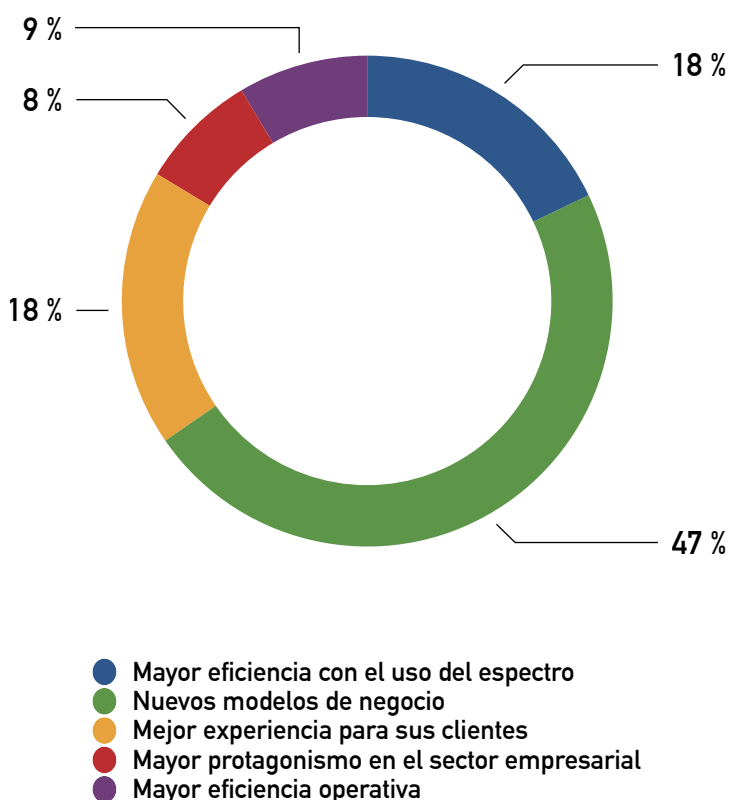
La prioridad este año pasa por el desarrollo de la 5G y la transformación digital, mientras que la evolución de LTE muestra un retroceso al pasar de un 15 por ciento de las respuestas en 2022 al 11 por ciento este año. Esto denota un avance en el despliegue de LTE pero también la necesidad de empezar a avanzar con la 5G. Un dato importante que destaca esta encuesta en relación a la del año pasado, tiene que ver con el desarrollo de IA y automatización. En 2022, tan sólo el dos por ciento de los encuestados lo consideraban una prioridad, mientras este año ya lo es para el ocho por ciento.

¿Cuál cree que es el principal reto de los operadores de telecomunicaciones en 2023?



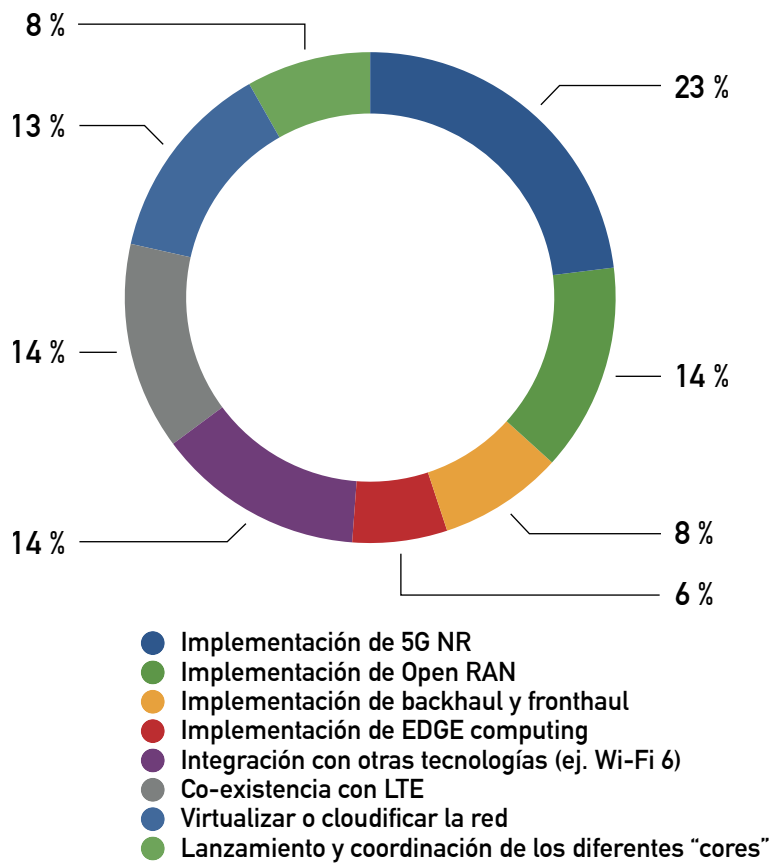
Está claro que estamos ante un momento delicado en la existencia de los operadores, hay muchos retos y muchas decisiones que se deben tomar en un corto espacio de tiempo. Es por ello que este año el saber invertir en las tecnologías adecuadas en el momento correcto es el principal reto de los operadores con el 38 por ciento, cuando hace 12 meses el 28 por ciento eligió esta opción. Este parámetro, junto con la transformación digital, que pasa del 20 por ciento en 2022 al 22 por ciento este año, son los dos desafíos principales a superar por los operadores.

¿Cuáles son los principales beneficios que podría aportar la 5G a los operadores?



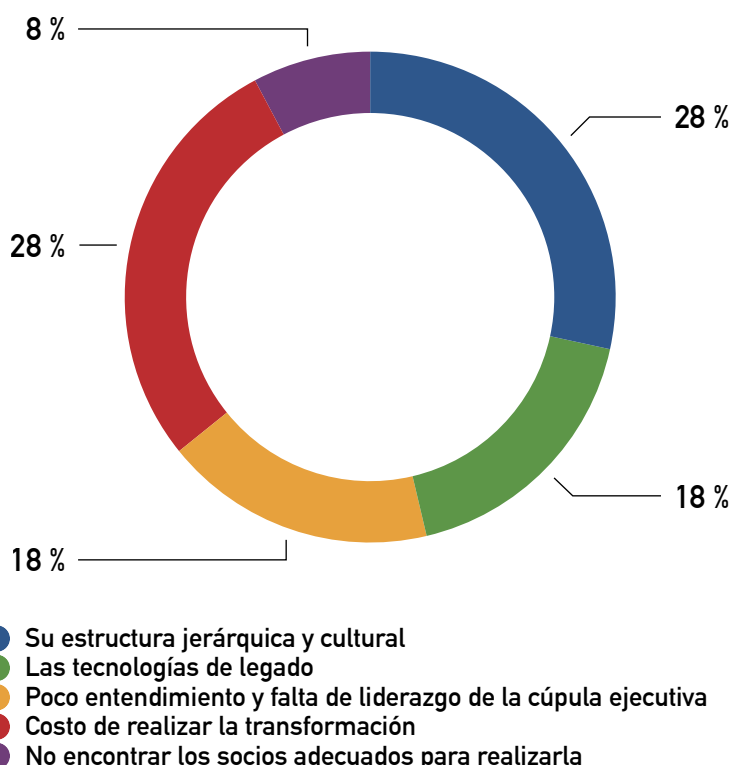
Es cierto que una de las grandes bazas detrás del lanzamiento de la 5G es la apertura de nuevos negocios, por ello no es de extrañar que el 47 por ciento de los que respondieron a la encuesta eligiera esta opción. Sin embargo, esta misma pregunta obtuvo el 55 por ciento de los votos en 2022, lo que denota que hay otros parámetros que parecen ahora mismo más atractivos. Nuevamente, mirando a los resultados de 2022, vemos que la mejora en la eficiencia operativa pasa del cinco por ciento al nueve, mientras que la experiencia del cliente pasa del 16 al 18 por ciento.

¿Cuáles son los desafíos principales que presenta la 5G para los operadores de telecomunicaciones?



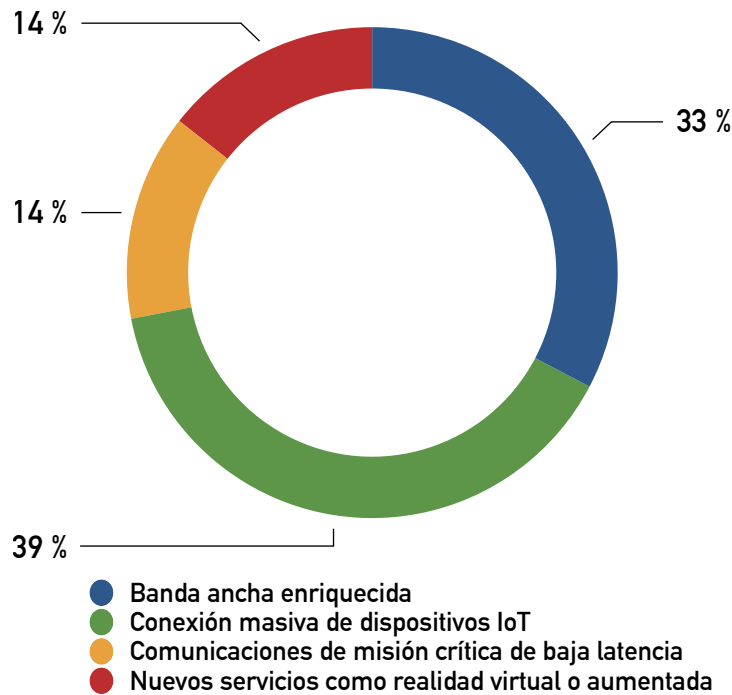
Pocos cambios en los resultados de este año con respecto a los de 2022. La implementación de 5G NR sigue siendo el principal reto cuando se trata de lanzar la 5G. Este parámetro pasa del 19 por ciento en 2022 al 23 por ciento en esta edición de la encuesta. Curiosamente, Open RAN mantiene el mismo porcentaje, lo que indica, potencialmente, el poco avance de esta arquitectura en la región. La coexistencia con LTE sería el siguiente aspecto a destacar ya que en 2022 el 17 por ciento optó por esta alternativa mientras en 2023 esta cifra cayó al 14 por ciento. Edge computing y backhaul se mantuvieron en los mismos niveles de un año a otro.

¿Qué factor cree que tiene mayor impacto en los esfuerzos de transformación digital de los operadores?



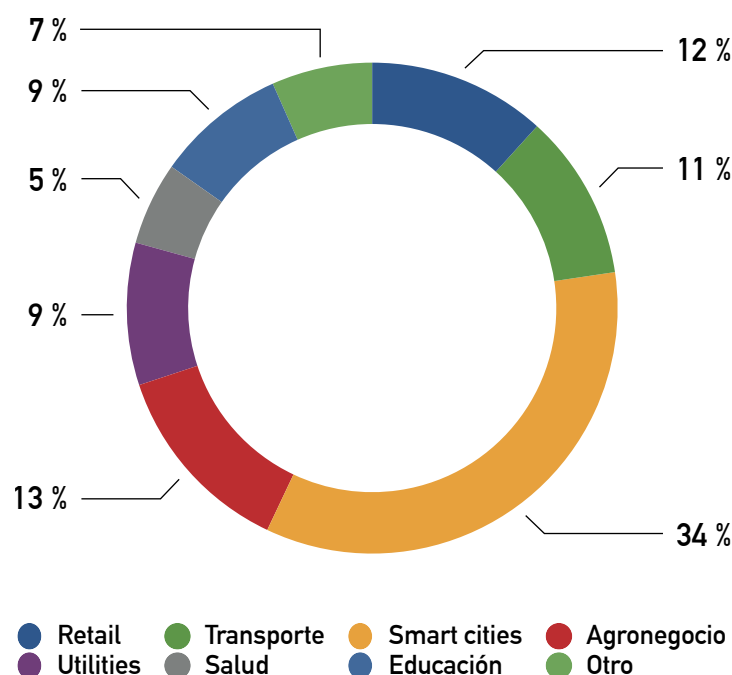
La transformación digital no es una sola cosa sino un grupo de factores que son complejos de modelar a la vez porque las organizaciones son como trajes a medida, si se estira una manga se puede, fácilmente, acortar la otra. Los resultados son claros, pero más aún cuando se comparan con 2022. Por aquel entonces la estructura jerárquica representaba el 25 por ciento de las respuestas y el liderazgo de la cúpula ejecutiva el 25 por ciento. Sin embargo este año, el segundo bajó al 18 por ciento, lo que podría indicar que la parte alta de las organizaciones ha iniciado pasos concretos hacia la transformación digital, proceso que requiere un liderazgo claro y preciso para llevarse a cabo.

¿Qué casos de uso ve con mayor potencialidad de desarrollo para 5G en América Latina?



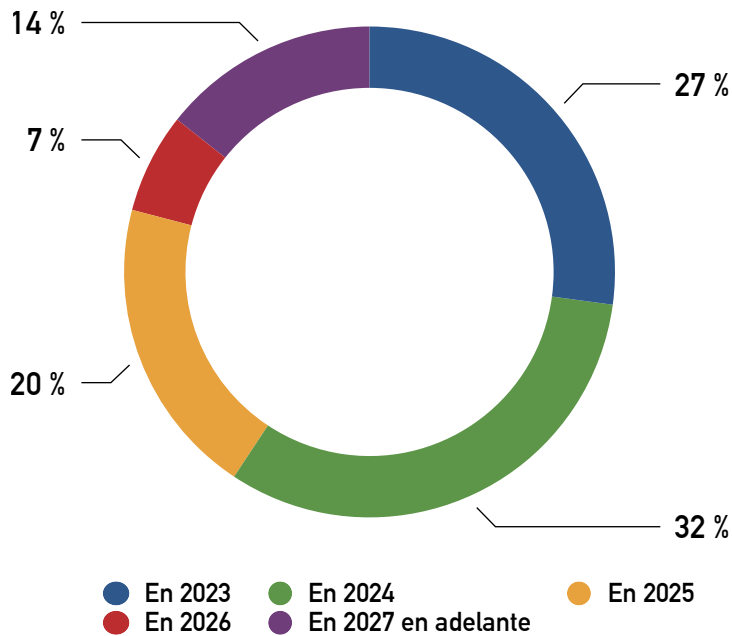
En cuanto a los casos de uso de la 5G en Latinoamérica que podrían ser más prometedores desde el punto de vista del negocio, el panorama no cambia prácticamente de un año a otro. La banda ancha enriquecida ganó dos puntos porcentuales con respecto a los resultados de 2022, pero las conexiones masivas de IoT perdieron dos puntos. Sin embargo, servicios como realidad aumentada y virtual aumentaron un tres por ciento de un año a otro, lo que indicaría que los operadores empezaron a ver en aplicaciones "futuristas" posibles fuentes de ingreso.

¿Qué verticales cree tienen mayor posibilidad de ofrecer a los operadores un retorno sobre sus inversiones 5G e IoT?



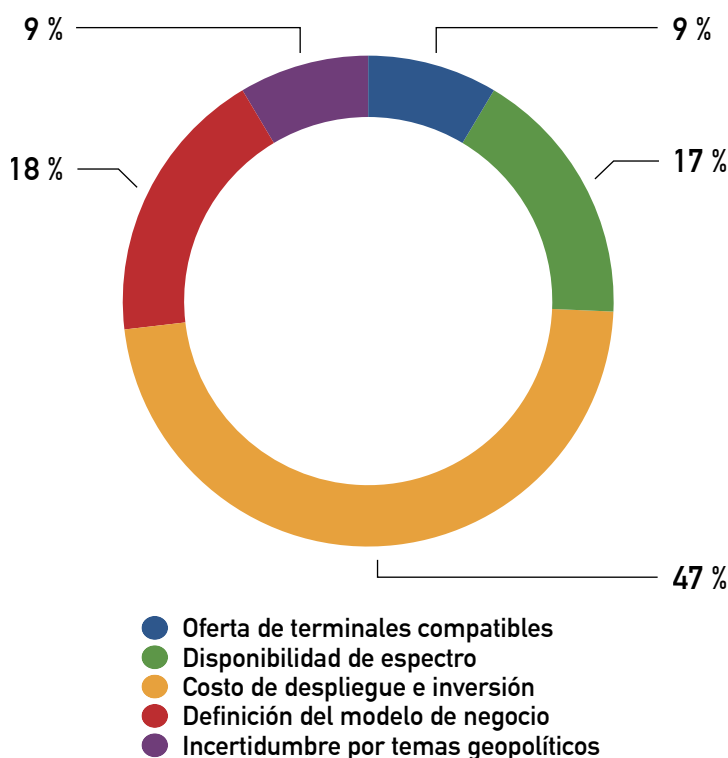
Analistas del sector insisten en que la factura de la 5G la pagarán los verticales y servicios basados, sobre todo en IoT y no en smartphones como viene sucediendo con el mercado del consumidor final. En este sentido, los datos de un año a otro se mantuvieron parecidos en todas las categorías menos en smart cities, cuyo porcentaje cayó del 41 por ciento en 2022 al 34 este año. La pérdida se redistribuyó entre el resto de verticales, lo que podría indicar cierta madurez a la hora de identificar negocios en otros segmentos de mercado que en 2022 estuvieron fuera del radar de los operadores.

¿Cuándo tiene previsto desplegar 5G?



En cuanto a los planes de lanzamiento sí se ve un cambio interesante en relación a los planes de los operadores con 5G. Si en 2022 toda la actividad se centraba en ese mismo año y terminaba en 2024, este 2023, la actividad se centra alrededor de 2025, lo que indica que los operadores habrían retrasado un poco sus planes de lanzamiento de la 5G, ya sea por voluntad propia o condicionados por la falta de licitaciones que les den acceso a espectro para esta tecnología.

¿Qué barreras encuentra para el despliegue de 5G?



Relacionado con la pregunta anterior se debe entender qué frena a los operadores a lanzar la 5G, y en este sentido en 2023 la principal barrera para lanzar la tecnología es el costo de la inversión en la compra de la licencia espectral y en el despliegue de la red. Este 47 por ciento es tan sólo tres puntos superior al resultado obtenido con esta misma pregunta en 2022. El factor que se ve más alterado de un año a otro es el vinculado con la incertidumbre geopolítica. En 2022, el 13 por ciento atribuía a este factor como la principal barrera del lanzamiento, este año cae al nueve por ciento. El resto de variables se mantuvieron prácticamente inalteradas.

Si tienes preguntas, dudas o comentarios sobre este informe, puedes ponerte en contacto con el equipo editorial:

Rafael A. Junquera, Director Editorial, TeleSemana.com
rafael.junquera@telesemana.com

BCN LATAM SUMMIT

ENCUESTA 2023
