



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú

Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú





Trabajo de Comunicación Social

Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú

Profesor Víctor Casallo

Integrantes:

20091125 MIRANDA CERRUTI, Renzo André
20120072 MARTÍNEZ RUIZ, Alejandro
20120700 LEIVA MIER, Ana Paz
20121112 MADRID VEGA, Rodrigo Mauricio
20121189 ENRÍQUEZ JIMÉNEZ, Luis Ricardo

2012-1

1. Introducción

En la actualidad, gracias a la globalización, las personas estamos más conectadas con los demás, sean estos familiares, amigos, compañeros



de clase o de trabajo, o conocidos. La “necesidad” de estar siempre localizables y al tanto de lo que ocurre en nuestro entorno y en el mundo ha hecho que los celulares evolucionen y pasen de ser simples instrumentos de comunicación a los aparatos que conocemos, los que incluyen características como conexión a Internet, música y cámara.

Debido a la popularidad que han adquirido los teléfonos móviles, es raro encontrar a una persona que no cuente con uno de ellos. En nuestro país, la situación no es diferente. Incluso, un estudio realizado por OSIPTEL hace dos años demuestra que en seis departamentos del Perú la cantidad de celulares supera el número de habitantes que residen en ellos: Lima, Tacna, Arequipa, Moquegua, Ica y Madre de Dios. Dentro de este fenómeno comunicacional, los jóvenes son parte importante, pues se encuentran detrás de las últimas tecnologías para experimentarlas.

En este trabajo presentaremos los datos más importantes acerca de los usos, financiamiento y difusión de la telefonía celular en la juventud peruana y en varios casos la contrastaremos con datos de Iberoamérica.

2. Definición

OSIPTEL (Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones) define el servicio telefónico móvil de la siguiente manera:

Es aquel que se presta a través del medio radioeléctrico en las bandas específicamente determinadas por el Ministerio, mediante terminales móviles que se pueden transportar de un lugar a otro dentro del área de servicio de la empresa operadora la misma que se encuentra configurada en células. (Artículo 53° del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones, aprobado por el D.S. N° 06-94-TCC).

A continuación, presentamos un cuadro elaborado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones en el que se resume la cantidad de líneas en servicio que cada empresa ha tenido en los últimos años:

LÍNEAS EN SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL POR EMPRESA:

1993 - 2011 */



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú

AÑO	TOTAL 1/	TELEFÓNICA MÓVILES S.A. 2/	COMUNICACIONES MÓVILES DEL PERÚ (antes Bellsouth) 2/	NEXTEL PERÚ S.A.	AMÉRICA MÓVIL PERÚ
1993	36,000	21,000	15,000	0	0
1994	52,000	30,000	22,000	0	0
1995	75,397	43,397	32,000	0	0
1996	201,895	130,895	71,000	0	0
1997	435,706	319,706	116,000	0	0
1998	736,294	504,995	230,796	503	0
1999	1,045,710	712,117	314,107	19,486	0
2000	1,339,667	898,173	373,091	68,403	0
2001	1,793,284	1,087,152	430,282	110,248	165,602
2002	2,306,943	1,239,056	550,162	129,780	387,945
2003	2,930,343	1,506,637	650,617	146,971	626,118
2004	4,092,558	2,124,776	680,493	184,895	1,102,394
2005	5,583,356	3,383,835		249,475	1,950,046
2006	8,772,154	5,058,497		345,029	3,368,628
2007	15,417,247	9,436,371		472,688	5,508,188
2008	20,951,834	13,114,150		659,879	7,177,805
2009	24,700,361	15,600,558		833,287	8,266,516
2010	29,115,149	18,447,249		1,123,394	9,544,506
2011 */	29,107,697	18,061,584		1,220,724	9,825,389

*/ : La información es acumulada al primer trimestre del año 2011.
1/ : Incluye telefonía móvil celular, servicio de comunicaciones personales (PCS) y troncalizado digital.
2/ : La información registrada a partir del año 2005, corresponde luego de producirse la fusión entre las empresas Telefónica Móviles y Comunicaciones Móviles.
FUENTE: Dirección General de Regulación y Asuntos Internacionales de Comunicaciones - MTC
ELABORACION: Oficina General de Planeamiento y Presupuesto - Oficina de Estadística – MTC

3. Descripción del mercado peruano de telefonía móvil

Penetración telefónica en el Perú

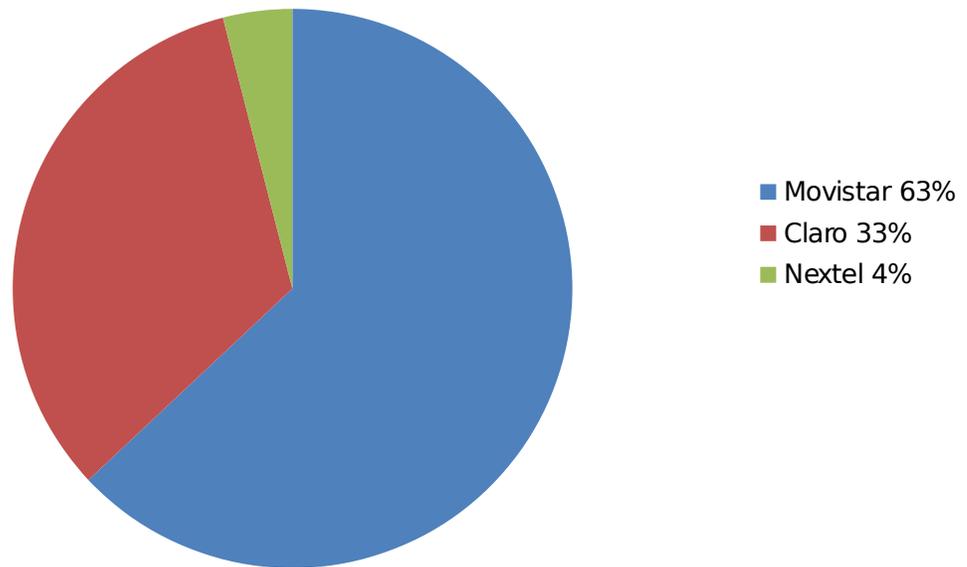
En el Perú cerca de 29 millones de personas (lo que representa cerca de 80% de la población peruana) poseen un celular usado principalmente para comunicarse entre ellos seguido del uso de redes sociales. Incluso lo más probable es que gran parte de ese porcentaje tenga en su poder



un segundo celular. Esta penetración de la telefonía está muy extendida en la capital, además de que cada año va incrementando su expansión de uso en las provincias. Debido a esto, la telefonía fija va disminuyendo inversamente a la móvil.

Los principales proveedores de celulares en el Perú

Composición del mercado 2010



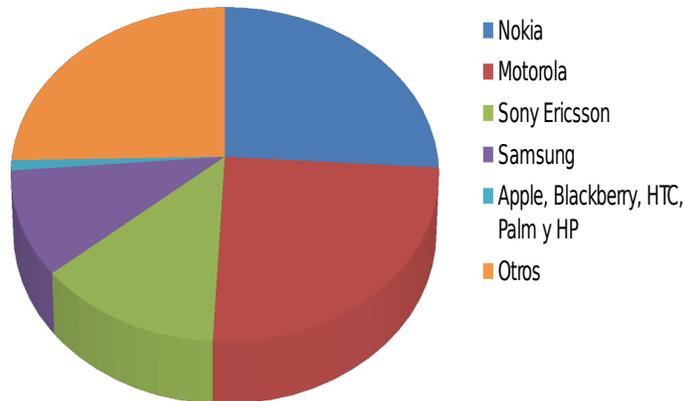
Cada compañía brinda tres tipos de servicio: prepago, postpago y planes control. También ofrecen otros bienes complementarios gratuitos como: buzón de voz, atención al cliente y consulta de saldos. Pero además ofrecen bienes extra en los cuales se tiene que pagar un cargo adicional, con esto tenemos los mensajes de texto, los mensajes multimedia, las descargas, el internet móvil y los servicios de información.

Aparatos y fabricantes

El mercado de la telefonía móvil nacional se rige por la producción y oferta de planes de pago de celulares, los principales dispositivos utilizados para la comunicación; de esto son responsables los fabricantes y los proveedores. Entre los fabricantes de celulares más populares en el Perú son:



Principales marcas de celulares en el mercado peruano (Año 2008)



El crecimiento de teléfonos inteligentes entre los jóvenes peruanos

Sin duda alguna, los “smartphones” son los aparatos de telefonía móvil que van ganado más adeptos en el Perú. Esto se puede comprobar empíricamente, y además, apoyado en diversos estudios, se puede afirmar que el crecimiento de la demanda de estos celulares no responde a sus precios, sino a los servicios que ofrece. Así, el gerente de Marketing para las líneas “postpago” de Movistar, Juan Gallegos, asegura que las ventas de dichos aparatos se duplicarán durante el presente año. Solamente su marca: Movistar, que como se ha visto líneas arriba es la principal marca posicionada en el mercado, importará medio millón de unidades. Dicha cifra representa trescientos mil unidades más que el pasado año aproximadamente; es decir, más del 100% del producto. Como se ha mencionado, dicho incremento en la demanda no responde tanto a “cuestiones de bolsillo”, sino a la variedad de planes que se ofrecen, los servicios, etc. Cabe destacar que en un artículo periodístico del diario Gestión, se señala como esta modalidad de aparato ha migrado del sector Premium y empresarial a uno más casual y juvenil.

Finalmente, la característica del mercado de teléfonos inteligentes en el Perú puede resumirse de la siguiente manera: jóvenes menores de 25 años sin distinción de condición socioeconómica.

«Vivimos en un mundo donde llega información de todos lados: mails, Twitter, sms, Facebook, LinkedIn, reuniones, tareas,



aplicaciones, etcétera. La idea es hacer la vida más fácil a la hora de consumir e interactuar con dicha información al mismo tiempo, y con la menor cantidad de clics posibles», explica Pablo Grasso, gerente Regional de Ventas Corporativas para Cono Sur de Research In Motion (RIM), empresa propietaria de la marca Blackberry. (Perú tecnológico: 2012)

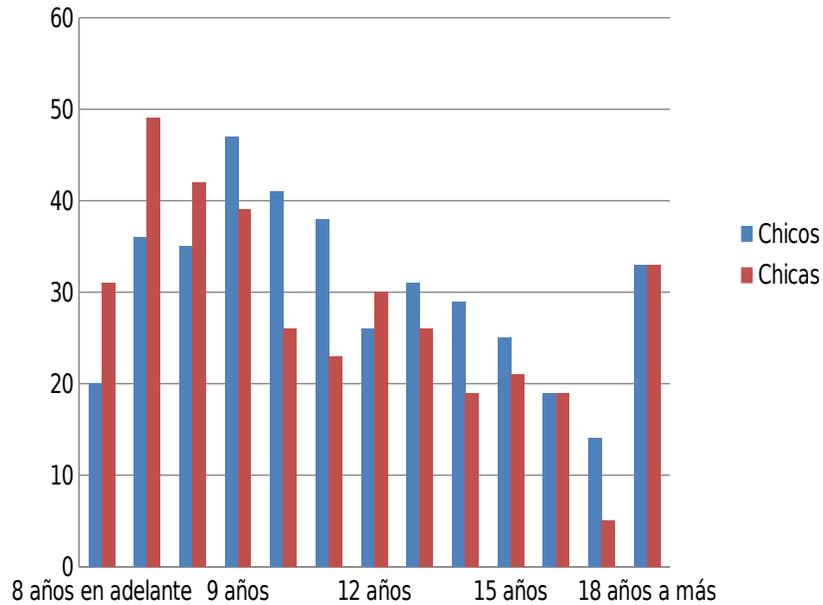
Gilma Lucía Díaz, gerente de Mercadeo de Sony Mobile, señala que los smartphones otorgan una experiencia inolvidable, por la simpleza de su sistema operativo. «En Sony Mobile desarrollamos diversas tecnologías para los diferentes tipos de público. Tenemos smartphones como el Live, con Walkman, que ofrece una experiencia musical unidimensional, acceso instantáneo a nuevos contenidos y, al mismo tiempo, capacidad de conectarse con amigos y compartir experiencias con ellos. Está dirigido a un público joven», agrega. (Perú tecnológico: 2012)

4. Los jóvenes y los celulares en el Perú

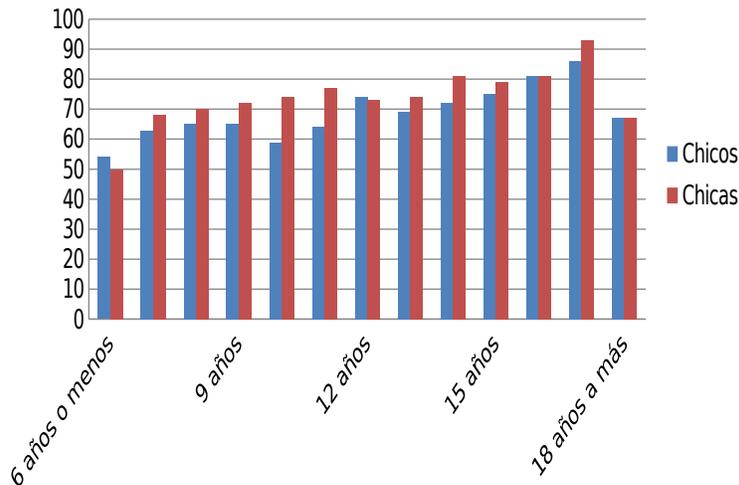
Alrededor del mundo no sorprende observar a niños y adolescentes cada vez más con aparatos celulares. Ello responde a la influencia que van adquiriendo las nuevas tecnologías en la vida cotidiana y la cultura global. Naturalmente, los jóvenes peruanos no son ajenos a dicha realidad. Si bien en líneas generales se encuentra dentro de los promedios en cuanto a cantidades y usos de los aparatos mencionados, cabe destacar que dentro del valor, es el país en donde los jóvenes le dan mayor valor lúdico a los teléfonos celulares, pero donde al mismo tiempo presenta mayores restricciones de uso en las escuelas y se limita mucho a la comunicación con los padres. En los cuadros que se muestran a continuación, destaca la paradoja de que son los niños menores de 12 años los que más cantidad poseen celulares, pero son los jóvenes, quienes a pesar de no contar con un aparato, lo utilizan más. Esto puede responder a la real necesidad de uso, naturalmente los jóvenes necesitan comunicarse con sus padres, amigos, es una herramienta para la vida social y escolar, etc. Del mismo modo, la alta posesión en los niños puede responder a que sean bienes de lujo o un tipo de celulares especiales mediante los cuales solo se comunican con dos números posibles: mayormente el de los padres.



Posesión de celular propio al año 2010 (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Uso de un celular aunque no se posea uno propio al año 2010 (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



5. Usos y servicios

En cuanto a la multifuncionalidad del celular, Perú se sitúa por encima de la media, siendo uno de los países con mayor perfil lúdico en el uso



del celular entre los menores y se destaca claramente el envío de mensajes a celulares desde la Red, servicio con gran atractivo para casi la mitad de los menores peruanos.

Entre los 10 y 18 años:

- Sigue permaneciendo en la media de frecuencia de uso del celular y los interlocutores más frecuentes son los familiares, con un 54%, seguido de los amigos con un 30%.
- El celular se define como un instrumento básico de comunicación y ocio.
- En función del sexo, los varones son los que más prescinden del celular al momento de estudiar.
- En el caso de los adolescentes, el 89% lo usa para llamar y recibir llamadas; mientras que un 65% lo hace para enviar mensajes.

Perú: Usos del celular al año 2010 (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	61%	57%
Enviar mensajes	28%	27%
Jugar	63%	58%
Navegar en internet	14%	10%
Otras cosas	26%	16%

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	87%	90%
Enviar mensajes	65%	65%
Chatear	19%	15%
Navegar en internet	19%	12%
Jugar	57%	43%
Como reloj o como despertador	56%	52%
Ver fotos y/o videos	39%	30%
Hacer fotos	33%	33%
Grabar vídeos	44%	34%
Como agenda	42%	40%
Como calculadora	44%	43%
Escuchar música o la radio	57%	51%
Ver la televisión	17%	12%
Descargas (fotos, juegos, fondos, tonos...)	30%	18%

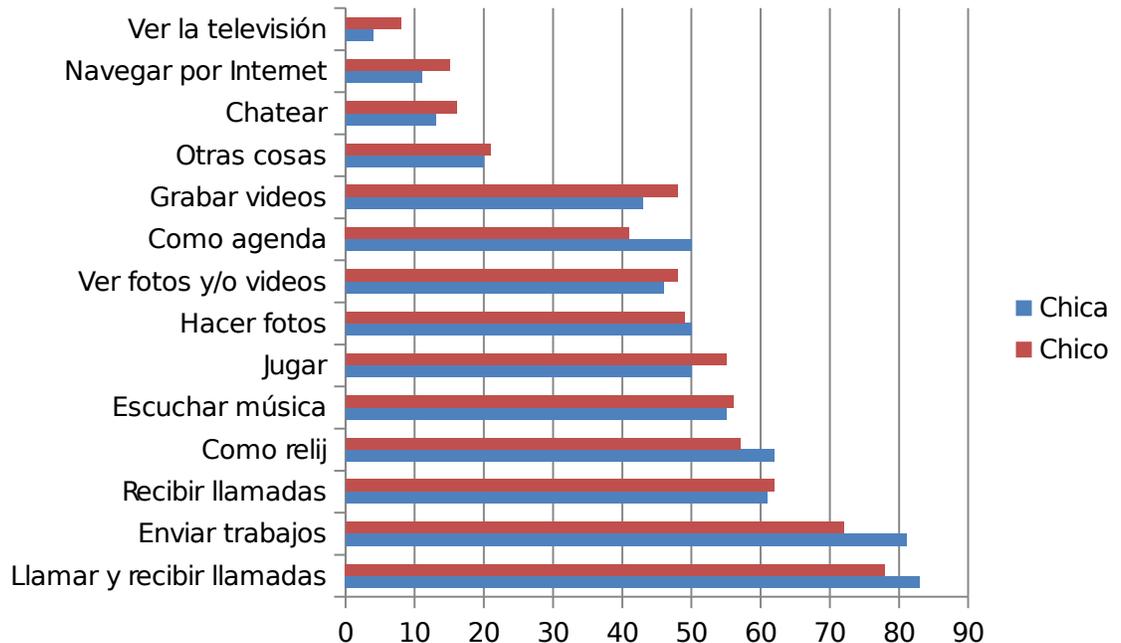
De esta manera, puede generalizarse el uso de adolescentes y jóvenes peruanos de la siguiente manera. La comunicación forma parte de lo que buscan dichos consumidores, pero necesitan de complementos que le sirvan de distracción durante sus ratos libres. A modo de ejemplo



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú

pueden mencionarse los juegos, mensajes de texto, conexión a internet, y almacenamiento y reproducción de música y videos.

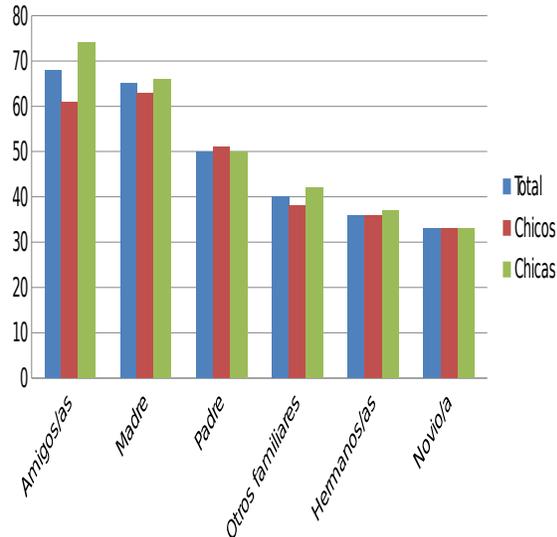
Por otra parte, cabe contrastar los resultados de la encuesta en Perú, con los resultados a nivel Iberoamericano, en las cuales se pueden encontrar, en general, muchas coincidencias.



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta Nº 33 "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)": N=17.434, número total de usuarios de un teléfono móvil de entre 10 y 18 años.



Personas con las que se comunican a través del móvil en Iberoamérica (por sexo y total, de 10 a 18 años)



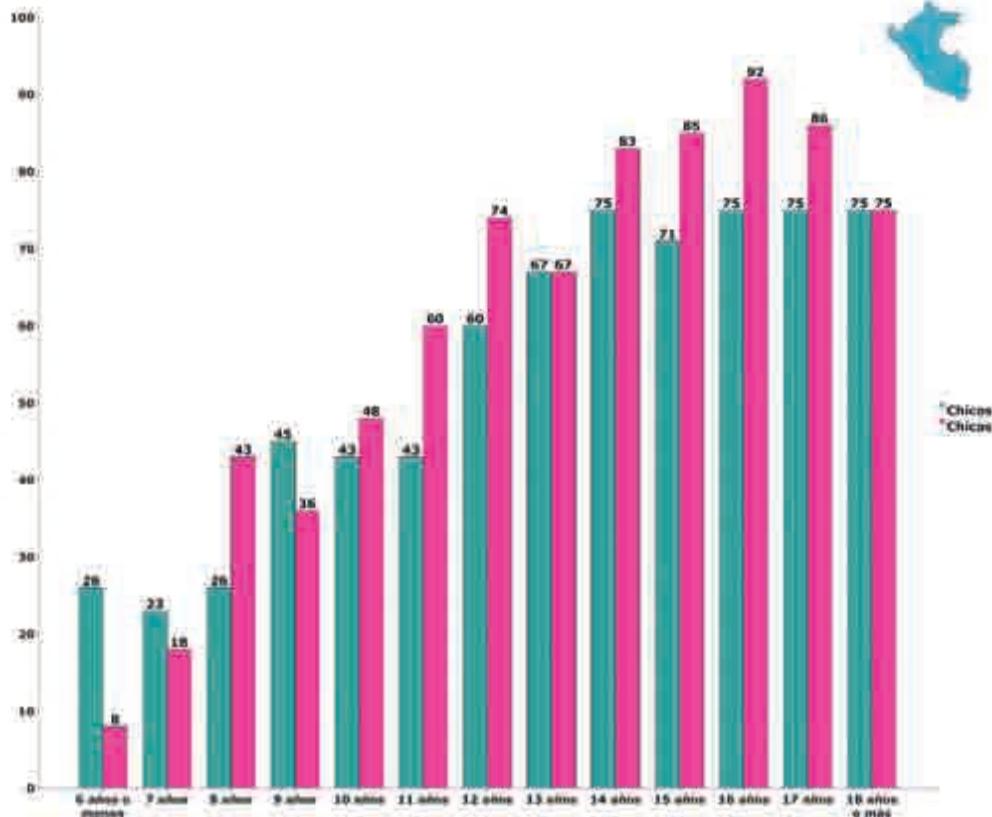
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N° 34 “¿Con qué personas sueles comunicarte más por el celular? (Es posible más de una respuesta)”: N=17.434, número total de usuarios de un teléfono móvil de entre 10 y 18 años.

De este último cuadro, vale la pena prestar atención al desagregado en Perú de los 3 principales interlocutores. Si bien los datos son menores, lo que resulta relevante son las tendencias de la curva.

Perú: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú



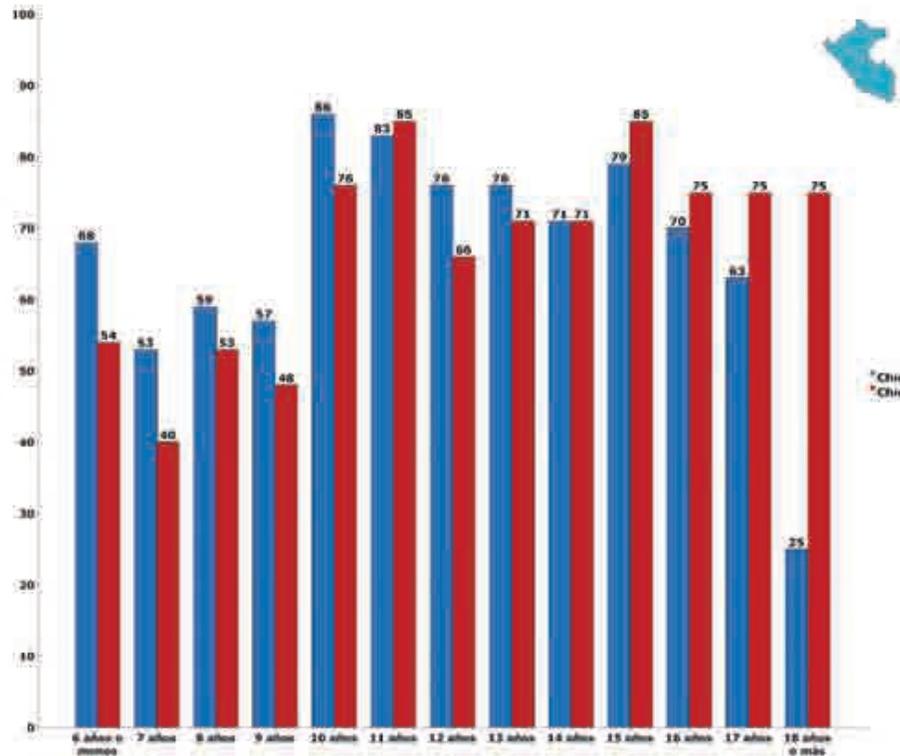
Resulta bastante predecible que la curva se muestre ascendente conforme avanza la edad; es decir que se trata de una relación positiva. La lógica responde a que cuanto mayor es uno, su círculo social se amplía del núcleo familiar hacia amistades que se forjan en el colegio, por grupos de intereses, clubes, estudios extracurriculares, etc. En ellos, es natural que dentro de una cultura mediada por la tecnología, se aproveche la telefonía móvil, con sus distintos servicios, para estrechar los lazos que se van formando.

Asimismo, se puede apreciar como en la mayoría de edades las mujeres superan a los hombres. Ello se puede deber a dos factores: que sean las mujeres quienes posean mayor cantidad de celulares, o que prefieran dicha herramienta para mantener diálogos con sus amistades. Esta lógica nos llevaría a pensar que lo hombres tiene mayor facilidad para el contacto cara a cara, por lo que se ven menos obligados a utilizar los celulares. A su vez, posibles factores de ello podrían ser temas de seguridad, disponibilidad de tiempo, disponibilidad de recursos, entre otros.

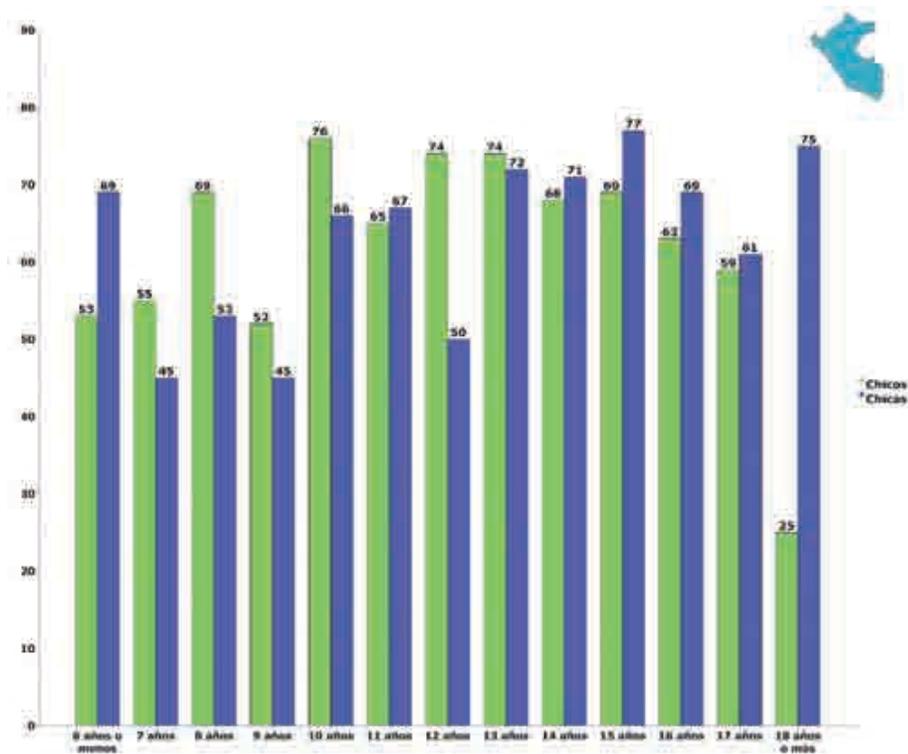
Comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú



Comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Bibliografía



DIARIO GESTIÓN

La telefonía nacional alcanza una penetración de 80% a nivel nacional. *Gestión*. Consulta: 9 de abril de 2012.
<<http://gestion.pe/noticia/340274/telefonía-movil-alcanza-penetración-80-nivel-nacional>>

ANDINA 2010

Las ventas de “smartphones” crecerían un 30% este año. *Gestión*. Lima, 21 de septiembre de 2010. Consulta: 12 de abril de 2012.
<<http://gestion.pe/noticia/642674/ventas-smartphones-crecerían-30-este-año>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

2011 *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Informe técnico n°1*. Lima.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

2011 *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Informe técnico n°2*. Lima.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

2011 *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Informe técnico n°3*. Lima.

LIMACHE, Alberto

2011 Casi todo el Perú tiene celular: hay más de 29 mlls de móviles operativos. *El Comercio*. Lima, 22 de abril de 2011. Consulta: 9 de abril de 2012.
<<http://elcomercio.pe/economía/746535/noticia-casi-todo-peru-tiene-celular-hay-mas-29-mlls-moviles-operativos>>

2009 Análisis del Mercado de Telefonía Móvil. Lima. Consulta: 9 de abril de 2012.
< <http://es.scribd.com/doc/15807610/Mercado-de-Telefonía-Movil>>

REVISTA BUSINESS

2012 “Perú tecnológico”. *Revista Business*. Lima, 2012. Consulta: 10 de abril de 2012.
< <http://www.revistabusiness.com.pe/2012/04/10/peru-tecnologico/>>

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES



Consumo de teléfonos móviles entre adolescentes y jóvenes en el Perú

2010 *Anuario Estadístico 2010*. Lima

VELARDE, Edgar

2008 Comentario del 03 de octubre a “Mercado de Telefonía Móvil”. *Telecomunicaciones*. Consulta: 10 de abril de 2012.
< <http://blog.pucp.edu.pe/item/32695/mercado-de-telefoniamovil>>

WEBB, Richard y Graciela FERNÁNDEZ BACA

2011 *Anuario Estadístico Perú en Números 2011*. Lima: Cuánto

FUNDACIÓN TELÉFONICA

2010 Las generaciones interactivas en Iberoamérica