



Telefonía Móvil

la era de la convergencia multimedia

La penetración del servicio de telefonía móvil (84,3%) en el hogar superó a la telefonía fija (83,5%) por primera vez en el primer trimestre de 2006. Estos son los datos recogidos por el estudio "Las TIC en los hogares españoles" del observatorio Red.es, adscrito al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Además, según los datos publicados por las operadoras, el número de líneas de móviles sobrepasó la cifra de habitantes en España. Por tanto, se puede decir que todo el mundo tiene un teléfono. El móvil se ha convertido en un compañero que siempre va con nosotros. Por eso le exigimos que, además de servirnos para hablar, nos ofrezca una solución completa de ocio.

El móvil ha penetrado como ninguna otra tecnología en nuestra vida. De hecho, hay muchas personas que tienen y utilizan dos y hasta tres terminales. Y mucha gente se vuelve a casa a recoger el teléfono cuando se da cuenta de que se le ha olvidado allí. ¿Es que ya no sabemos vivir sin él? La respuesta es clara: no. Las compañías se han dado cuenta de que el móvil es un aparato que está siempre con nosotros, incluso en vacaciones, en los fines de semana o cuando salimos de trabajar, momentos especialmente ligados al ocio, así que, ¿por qué no facilitarnos soluciones para estos momentos?

La telefonía móvil es un sector dinámico, muy vivo y que cambia a un ritmo frenético. Por eso conviene estar atento a los últimos movimientos.

Nuevas necesidades

Todo en uno y configo. "Lo más sorprendente es que hoy en día tengamos la posibilidad de contar, en un único dispositivo que podemos llevar las 24 horas del día con nosotros y a cualquier sitio, con las mismas prestaciones de calidad de todos esos dispositivos que teníamos en casa o en la oficina para usar en distintas ocasiones: la cámara de fotos, la grabadora de vídeo, el CD, el correo electrónico, etc.", indica José Costa, de Nokia. Así, los nuevos dispositivos reúnen en un sólo aparato todas estas prestaciones, convirtiéndose en auténticos centros de ocio, no ya como distracciones para ratos muertos. Una vez consolidada la cámara de fotos -y vídeo- como uno de los indispensables en los terminales, y con la paulatina penetración de unos reproductores mp3 cada vez con mayor calidad, estos dispositivos empiezan a incluir pantallas de dimensiones mayores y más que aceptables, y con resoluciones de gran calidad para reproducir vídeos en formatos DivX o MPEG4, navegar por Internet o consultar el correo electrónico. Y eso sin olvidarnos de los primeros pasos de la TV móvil. Todas estas novedades están por digerir, ya que pueden traer nuevos cambios en los hábitos de consumo, como la descarga de juegos, vídeos musicales, etc. Quizá no todo el mundo tenga en su mano la adquisición de los modelos más avanzados, generalmente en una franja de precio muy elevada, pero lo que está claro es que éstos son los que marcan los estándares de los modelos de las gamas medias. En un principio, sólo los dispositivos más avanzados

incorporaban cámara de fotos y ahora el equipo que no cuenta con ella casi es una excepción.

Simplicidad. A la par, como señala Ignacio Salcedo, responsable de Comunicación Corporativa de Motorola España, "hay sectores del mercado que demandan terminales sencillos 'sólo para hablar', por eso es necesario disponer de una amplia gama de productos que puedan satisfacer a cada segmento del mercado". Así, varios operadores están centrando sus esfuerzos en producir equipos fáciles de manejar que pueden tener un gran mercado entre las personas mayores, a las que les puede costar más entender el lenguaje y la tecnología de estos aparatos, pero que necesitan un terminal. Incluso hemos contemplado el lanzamiento de un móvil para niños, diseñado por Imaginarium, con servicio a través de Movistar y fabricado por Vitelcom. El dispositivo es tan sencillo que sólo tiene siete botones y cuenta con utilidades como la restricción de llamadas entrantes y salientes o una tecla de emergencia.

La difusión del HSDPA. En el horizonte más próximo está la implantación de los terminales HSDPA, que permiten una mayor velocidad de transmisión de datos. "Con esta velocidad las aplicaciones audiovisuales como los videoclips, la TV en el móvil y las descargas de archivos multimedia se utilizarán con mayor frecuencia por los usuarios de esta tecnología, dada la sencillez y velocidad que aportan", precisa Salcedo. Además, una mayor penetración del HSDPA podría ayudar a la consolidación de la videollamada como forma de comunicación estándar aunque, desde luego, estamos muy lejos de eso todavía.

Quizá no todo el mundo tenga en su mano la adquisición de los modelos más avanzados, pero éstos marcan los estándares de los modelos de gama media.

Más servicios asociados. Ya hay múltiples iniciativas que recurren al móvil como herramienta de uso cotidiano. Por ejemplo, la plataforma Mobipay permite el pago en comercios a través del móvil. Otra alternativa de pago es la tecnología NFC, un sistema de radiofrecuencia que permite pagar con sólo pasar nuestro teléfono por un lector. Este servicio se baraja que pudiera llegar a ser utilizado como billete de transporte público, ya que funciona con el aparato apagado o incluso sin batería, o para recibir información de uso cotidiano. Por ejemplo, bastaría con pasar el terminal por una marquesina con un mapa que integrara un chip con la información para descargar el plano de la zona o datos acerca del transporte público, instituciones, etc. Por otra parte, cada vez es más frecuente ver en los lineales de los comercios productos que incluyen en sus embalajes una especie de código de barras compuesto por pequeños cuadraditos. Estos códigos ya pueden ser leídos por las cámaras de los móviles para obtener información acerca de tales artículos, como ingredientes, modo de empleo, etc. Y no podemos dejar de señalar las enormes posibilidades del bluetooth. Con este sistema podríamos recibir ofertas en el hipermercado o información sobre la cartelera al entrar en la sala del cine.



Las novedades

A continuación vamos a ver una muestra de las novedades que traen algunos de los principales actores de este sector, entre las que tienen una especial relevancia aquellas que atienden a la demanda de aplicaciones multimedia por parte de los usuarios.

"En Nokia creemos que ha llegado el momento de lo que llamamos 'multimedia computers'. Esta nueva categoría de productos es una clara apuesta nuestra por la convergencia multimedia. Por ello, hace ya dos años lanzamos la submarca Nseries, que refleja la visión de la compañía en relación a la convergencia y la industria digital emergente, uniendo las tecnologías de la información con el ocio personal y las aplicaciones corporativas, la televisión, la música y la imagen y, sobre todo, con Internet. Los productos que integran Nokia Nseries cuentan con las tecnologías más avanzadas del mercado en aplicaciones multimedia y de conectividad, como 3G o Wi-Fi. Este concepto 'todo en uno' es la tendencia actual y la que está permitiendo llevar el mundo de Internet y la web 2.0 a los entornos móviles", expone Costa.



En esta línea, la compañía líder en el mercado español ha lanzado el N95, un smartphone 3.5G que permite al usuario aunar imagen, música, Internet e incluso navegación y localización cartográfica gracias a un receptor GPS integrado y aplicaciones de mapas. Entre otras cosas, este teléfono viene equipado con pantalla QVGA (240 x 320 píxeles) de 2,6" y 16 millones de colores para la visualización de fotos y vídeo, una cámara de 5 megapíxeles -con óptica Carl Zeiss- con flash para fotografía y vídeo y otra delantera para videollamada, reproductor mp3, radio FM y altavoz integrado. Además, cuenta con memoria interna de 160 MB, ampliable con tarjetas microSD hasta 2 GB. Dispone de conexión USB,



Samsung aprovechó su presencia en el 3GSM de Barcelona para mostrar

bluetooth, infrarrojos y salida de TV. Su tecnología HSDPA permite la navegación en Internet a alta velocidad.

La compañía estadounidense Motorola, segunda en nuestro mercado, ha lanzado recientemente modelos como el W510, su smartphone MotoQq9, el RIZR Z3 o el RIZR Z8. Nos centraremos en este último modelo, un "slider" (en los que se desliza la parte superior sobre la inferior) que incluye reproductor mp3 y cámara de vídeo y fotos de 2 megapíxeles, con flash equipado con reductor de ojos rojos, cámara frontal VGA para videollamada y una pantalla QVGA de 35 x 50 mm. con 16 millones de colores. Para disfrutar de sus prestaciones el teléfono cuenta con una memoria interna de 90 MB, ampliable mediante tarjetas microSD hasta 4 GB. En cuanto a su conectividad, dispone de puerto USB y bluetooth. Su tecnología HSDPA hace posible el acceso a la red a alta velocidad.

Sony Ericsson contempla novedades recientes en su catálogo como los modelos T250i, T650i, S500i o el smartphone P1. El modelo "slider" S500i cuenta con una opción curiosa. El aparato permite seleccionar los efectos luminosos externos del mismo y cambiarlos a nuestro gusto coincidiendo con las estaciones del año, los momentos del día o los fines de semana, por ejemplo. Más allá de esto, se trata de un móvil 2.5G (GSM/GPRS/EDGE) con cámara de 2 megapíxeles, reproductor mp3 y bluetooth, que permite transmitir música e imágenes de manera fácil y rápida entre el móvil y el PC. Además, con el accesorio receptor de música por bluetooth MBR-100 se puede reproducir la música almacenada en el móvil en el equipo doméstico convencional. Dispone de memoria interna de 12 MB, ampliable con tarjetas Memory Stick Micro.

por primera vez en Europa su propuesta de tecnología y servicios móviles WiMAX, tales como TV móvil, comunicaciones de voz y acceso sin cables en banda ancha. Sin embargo, cabe señalar que estas primeras demostraciones se han realizado a través de USB, es decir, que el acceso a los servicios WiMAX móvil y HSDPA se realiza mediante una conexión USB en un portátil. Además, Samsung ha presentado varios lanzamientos en sus series Ultra Edition II, Ultra Special y Mobile WiMAX, así como smartphones. Por ejemplo, dentro de la gama Ultra Edition II, el U600

incluye cámara de 3,2 megapíxeles con flash y autofocus, pantalla de 2,2" y reproductor mp3. Dentro de esta misma familia están los Ultra Multimedia como el F300, que tiene como peculiaridad su doble cara LCD. En una de sus caras se encuentran las utilidades del teléfono, con una pantalla de 1,4" y más de 65.000 colores; por la otra, el reproductor mp3 y radio FM y una pantalla de 2,1" y más de 262.000 colores donde se puede reproducir vídeo MPEG4. Se trata de un equipo 2.5G, con cámara de 2 megapíxeles, bluetooth, USB y memoria interna de 128 MB, ampliable mediante tarjetas del tipo microSD hasta 2 GB.

Por último, entre las últimas novedades de Sagem podemos señalar el modelo my150X. Este teléfono móvil incorpora una pantalla de 1,8" con la tecnología "NeoN" que tiene la peculiaridad de iluminar la pantalla en color azul o negro cada vez que se muestra información, manteniéndose acorde con el diseño del teléfono. De hecho, éste es uno de los aspectos más relevantes del terminal, que cuenta con un diseño ultradelgado (10 mm.) y de líneas sencillas.



¿Qué móvil me pongo?

Los móviles son una herramienta esencial en el devenir cotidiano de muchas personas, que no pueden salir de su casa sin este pequeño electrodoméstico que cada vez aglutina más funciones. Pero además se han convertido en algo que va más allá de su funcionalidad, en un símbolo de estatus y de modernidad. Todos queremos estar a la última y en el caso de un aparato con una penetración tan grande como es éste, hay dos formas de sobresalir: por las prestaciones o por el diseño. "En Motorola hemos observado que, sean las que sean las funciones del terminal, los compradores cada vez dan más importancia al diseño del mismo, les gusta que sea bonito y fácil de usar", explica Salcedo.

Sin ánimo de generalizar, lo cierto es que al consumidor masculino es más fácil conquistarle a través de la tecnología, mientras que al público femenino se trata de llegar a través del diseño. Y las compañías se han dado cuenta de ello. El extremo lo encontramos en algunas ediciones especiales en las que los principales fabricantes colaboran con las más grandes firmas de moda o los diseñadores más reconocidos. Un ejemplo es el modelo



LG Prada, en el que la firma coreana cuenta con la colaboración de la prestigiosa casa italiana, y que es uno de los más cotizados del mercado. Aunque esto no es nuevo para LG, ya que el pasado año Roberto Cavalli ayudó en el diseño del U880. Además, esta marca tiene en su catálogo otras opciones en las que prima el diseño, como el LG Shine o la serie LG Chocolate, que gozó de una gran aceptación.

Por su parte, Motorola ya contó con la participación de los diseñadores Vitorio y Lucchino para personalizar su W510, mientras que Dolce y Gabbana "vistió" a su RAZR V3i. Además, la serie V3 ha sido una de las de mayor popularidad de la marca estadounidense.

Nokia también dispone de modelos que destacan especialmente por su diseño. Uno de ellos es el Nokia 7373 Special Edition Giambattista Valli, que la compañía finlandesa lanzó coincidiendo con la semana de la moda de París. También podemos destacar el 7390, teléfono de concha disponible en marrón chocolate o en blanco con los bordes en rosa.

ELBE

TFT



XTV-3270-TDT

TELEVISOR TFT-32"

- TDT integrado.
- Pantalla TFT-LCD de 32" 16:9.
- Resolución (1366 x 768).
- DCTI/DLTI/DMDI/DCF/DNR.
- Luminosidad: 500 cd/m².
- Contraste: 800:1.
- PIP/PAT.
- 2 euroconectores.
- Modo hotel.
- Angulo visión: (170°, 170°).
- Sonido Estéreo A2-NICAM.
- Altavoces: 2x10W.
- Teletexto.
- Programación automática.
- Desconexión automática.
- Bloqueo niños.
- AV Stereo.
- Búsqueda automática de frecuencia.
- Sintonizador multisistema.
- S-VHS in.
- Audio Out (2Ch).
- Entrada VGA/PC/YPbPr/HDMI.
- Salida Audio Digital (Coaxial).

RIVER
INTERNATIONAL

c. Beethoven, 15 • 08021 Barcelona
T. 93 201 37 77 • Fax. 93 202 38 04
e-mail: comercialdep@riverint.com
www.riverint.com

La tecnología 3G

Esta es la abreviatura que recibe la denominada "tercera generación" de telefonía móvil, aquella que integra la tecnología UMTS que, teóricamente, tiene capacidad para transmitir datos a 2 Mbps. Este protocolo daba la posibilidad de transferir voz y datos -llamada telefónica- o datos de no-voz, como la conexión a Internet, el intercambio de correo electrónico, la mensajería instantánea o la descarga de programas. Su desarrollo en España no ha sido quizá tan rápido como habría cabido esperar, pero ahora parece que está experimentando su despegue.

"La conectividad a través de 3G es crítica en el momento en que los usuarios demandan servicios de valor añadido del terminal, no sólo voz. Correo electrónico, navegación web, acceso a datos corporativos, videoconferencia, etc., son algunos de los servicios donde la tecnología 3G es crucial. Estos servicios tienen cada vez una mayor demanda en España y, de hecho, ya estamos hablando de 3.5G o HSDPA. Además, los operadores están intentando incrementar la facturación por datos a través de tarifas planas que potencian el uso de 3G", indica el director de Multimedia de Nokia para España y Portugal.

El responsable de Comunicación Corporativa de Motorola España, opina que "tras unos inicios lentos, las ventas de terminales 3G aumentan mes a mes gracias al apoyo de los operadores, que los han integrado en sus promociones y programas de puntos. El siguiente paso es conseguir que los usuarios de un teléfono 3G empiecen a utilizar las funcionalidades que esta tecnología aporta, algo que seguramente será más lento".

Por otra parte, como citaba Costa, la evolución no se detiene y ya se habla de la 3.5G, que sería el siguiente paso. Este escalón se construye a través de la tecnología HSDPA, que optimiza el estándar UMTS y permite velocidades de bajada de datos de hasta 14 Mbps -similar a la del ADSL casero- gracias a la transmisión por paquetes de datos. Este avance es el responsable de mejoras en la videoconferencia o el desarrollo de juegos en red. Y un peldaño más arriba nos encontramos con la 3.75G, basada en el protocolo HSUPA, que supone el aumento de la tasa de transferencia de subida de datos.

En cualquier caso, ambas se entienden como el estado intermedio entre la 3G y la 4G, que ya contempla la integración de redes y la transición a tecnologías basadas totalmente en IP mediante Wi-Fi o Wi-MAX.

iPhone: ¿novedad?

La irrupción del iPod en el mercado de los reproductores portátiles de audio supuso un auténtico "boom". El aparato de Apple ha logrado convertirse en todo un icono y un símbolo de estatus entre el público de un segmento medio-alto y a la última en tecnología. El éxito cosechado con este aparato ha animado a la empresa de la manzana a introducirse en el mercado de la telefonía con el desarrollo de su iPhone. Sin embargo, quizá esta apuesta no sea tan rompedora como la de iPod. Así, el nuevo móvil de Apple recoge características ya presentes en muchos de los aparatos fabricados por otras compañías de tradición en el sector, que llevan años trabajando en el desarrollo de dispositivos que aúnen todo tipo de aplicaciones multimedia. Muy lejos quedan ya los móviles de principios de los años 80, aquellos que casi requerían llevar una mochila para transportarlos porque pesaban más de medio kilo. Hoy, los terminales son mucho más pequeños y ligeros pero no sólo eso, sino que además reúnen en un único dispositivo funcionalidades propias de otros aparatos. Así, cualquier teléfono de gama media-alta dispone de videojuegos, reproductor de música mp3, cámara de fotos, navegación por Internet, acceso al correo electrónico y hasta televisión. Los móviles se han convertido en auténticos dispositivos multimedia, una alternativa de ocio más.

"En Nokia estamos encantados de que un fabricante de la talla de Apple se quiera introducir en un mercado, el de la convergencia digital, por el que nosotros llevamos apostando ya dos años. La entrada de Apple en este mercado viene a confirmar que Nokia estaba en el camino adecuado", señala José Costa. Sin embargo, como anota Salcedo, no se espera la llegada de iPhone al mercado europeo hasta, como pronto, las próximas navidades, por lo que su repercusión no se verá hasta el año próximo. "Es un único terminal cuyas características y precio van muy enfocados a un segmento concreto de público y, por otro lado, los fabricantes de teléfonos móviles ya tenemos terminales similares en cuanto a características, además de experiencia de años que nos hace capaces de renovar completamente nuestra gama de productos cada 6 ó 9 meses, algo que no encaja en la actual filosofía y política de lanzamientos de Apple. Habrá que ver si es capaz de adaptarse a este mercado tan dinámico o si puede competir con un único producto", declara.



WiMAX

El término Wi-Fi (Wireless Fidelity) ya se nos ha hecho muy familiar gracias a sus aplicaciones caseras para la creación de redes sin cables. Pero la limitación en el radio de cobertura de esta tecnología ha generado el desarrollo de otra que multiplica su alcance: WiMAX. Estas redes proporcionan acceso a un radio de 48 kilómetros con velocidades de transmisión de hasta 70 Mbps. Así, si ya se está trabajando en terminales híbridos, que combinan el uso de redes UMTS e IP (VoIP) por Wi-Fi, pronto podríamos ver equipos que aprovecharan las redes WiMAX para realizar llamadas a través de Internet. Pero para ello deben existir previamente dichas redes.

"WiMAX es una tecnología de acceso de banda ancha, como otras que ya implementamos en nuestros 'multimedia computers', léase 3G, HSDPA o Wi-Fi. Cada una de estas tecnologías tiene un propósito diferente. Por ejemplo, existen claras diferencias entre WiMAX y el negocio 3G y vemos un gran potencial para ambos. Entre las características distintivas destacan también el marco regulatorio, las bandas de frecuencia y las condiciones de la licencia. La elección de una tecnología u otra estará dada por aspectos como la base de clientes de los operadores o proveedores de servicios, la situación del mercado o las estrategias de evolución de sus redes, por ejemplo", aclara Costa. La opinión en Motorola es bastante similar. "Creemos que todas las tecnologías tienen cabida en el mercado, son complementarias y cada una está dirigida a cubrir diferentes necesidades del usuario y de los operadores. Por ejemplo, la red WiMAX puede ser ideal para realizar conexiones interiores en hogares o edificios de oficinas, pudiendo el usuario cambiar luego a una red UMTS-HSDPA cuando se encuentra en movimiento en el exterior", explica Salcedo.

Blackberry, PDA y smartphone

Junto a los móviles, en el mercado están otros equipos que no son exactamente teléfonos pero que incluyen la comunicación telefónica entre sus características.

Empezaremos por los aparatos Blackberry, que son dispositivos portátiles que admiten la entrada de correo electrónico, SMS, navegar por Internet y, por supuesto, telefonía móvil. Su éxito se ha basado en su servicio de correo

electrónico, popularizando esta funcionalidad entre el gran público hasta el punto de convertirse casi en el término genérico utilizado para hablar de mensajería móvil. De hecho, la compañía desarrolladora de Blackberry, RIM, ofrece sus servicios en este campo a dispositivos de otras marcas, como las PDA de la empresa Palm.

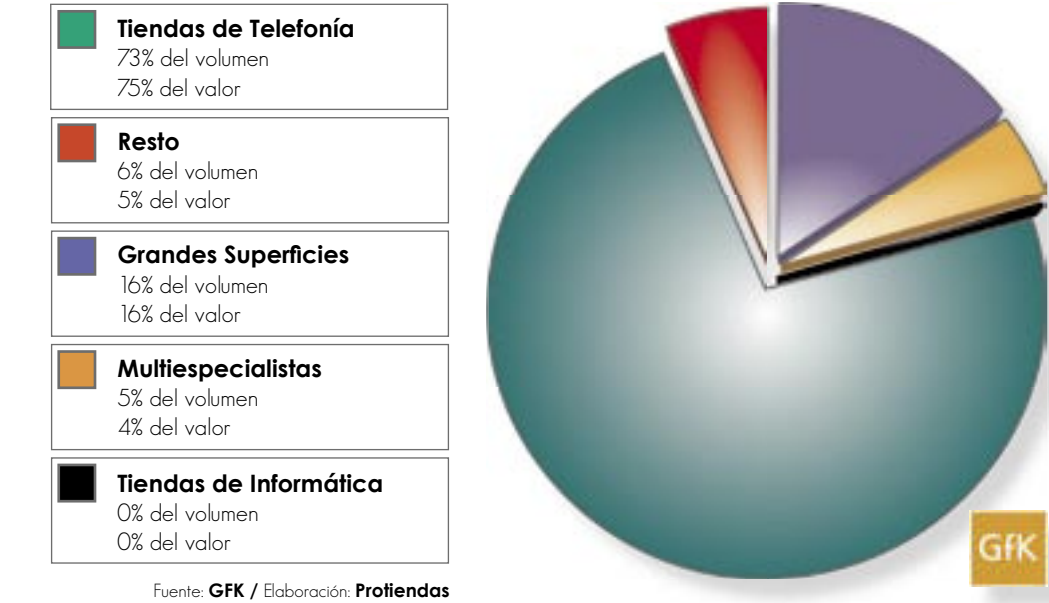
En segundo lugar, temos las PDA (Personal Digital Assistant), que no son más que ordenadores de mano. Sus funciones iniciales no iban más allá de las de una agenda electrónica, pero han evolucionado hasta convertirse en las hermanas pequeñas de los PCs domésticos. Anteriormente mencionábamos a Palm, empresa que dio el mayor impulso a estos dispositivos, tanto que, al igual que decíamos anteriormente con Blackberry, esta marca se ha usado durante mucho tiempo como nombre genérico del producto. Por otra parte, Microsoft también aportó su granito de arena con los sistemas operativos Windows CE y Windows Mobile, que introducían mayores capacidades

multimedia y de conectividad (bluetooth, WiFi, IrDA, GPS) y daba a estos aparatos un aspecto reconocible para los usuarios acostumbrados al software de la compañía de Bill Gates. De todos modos, convive con otros sistemas como el Palm OS. Muchos de los fabricantes de hardware tradicionales, como HP, Dell, Acer o Sony, entre otros, cuentan con aparatos de esta gama.

Por último, hemos de hablar de los teléfonos inteligentes o smartphones, híbridos entre las PDA y los móviles. En este caso tenemos que hablar de la disputa entre los fabricantes de software puesto que, una vez que Windows prácticamente echó de las PDA al sistema Symbian OS, éste encontró su acomodo en los smartphone, donde ha conseguido una muy buena implantación. En el mercado español, además de dispositivos de marcas tradicionales de telefonía -Nokia, Motorola, Sony Ericsson o Samsung, por ejemplo-, destacan los productos de firmas como Qtek o HTC, e incluso Palm tiene previsto entrar en esta categoría.



REPARTO DE LAS VENTAS DE TELÉFONOS MÓVILES POR CANALES



UNIDADES VENDIDAS de enero a abril de 2007					
TOTAL	Grandes Superficies	Multi-especialistas	Tiendas de Informática	Tiendas de Telefonía	Resto
5.039.500	793.100	245.000	14.100	3.673.100	314.200

Los 3G impulsan el mercado

Según los datos aportados por la consultora GfK, en el período enero-abril de 2007 se vendieron en España más de 5 millones de móviles, un 3,9% más que en los mismos meses del año anterior. Pero lo más significativo es que, pese a que el incremento en volumen no fue demasiado grande, el crecimiento en valor fue del 15%, alcanzando los 651 millones de euros, frente a los 566 millones registrados en dicho período de 2006.

Una de las claves de este salto en el valor se encuentra en la modificación de la proporción de los móviles vendidos. Así, los móviles 3G, que son los de mayor valor, representaban en el primer cuatrimestre de 2006 un 9,3% del volumen vendido, mientras que este año han pasado a suponer casi un cuarto (24,8%) del conjunto y, lo que es más importante, un 40,9% de la facturación (16,5% en 2006). Otro factor que ha supuesto una mejora de las ventas ha sido el incremento del precio medio de los teléfonos de contrato, modalidad a la que se acogen casi dos tercios (62,8%) de los usuarios que adquieren nuevos equipos. Con dicha cuota, los terminales de contrato aportaron en el período enero-abril de 2006 un 73% del valor total, frente al 67,3% de un ejercicio antes. Como decíamos, la razón la encontramos en el repunte del valor medio de los móviles vendidos, que se incrementó un 19,4% para alcanzar los 150,04 euros. En cuanto al lugar en el que se efectúan las

ventas, en los gráficos podemos ver que el dominio de las tiendas especializadas en telefonía es abrumador, puesto que casi tres cuartas partes de las ventas se producen en estos establecimientos. Muy lejos de ellas se encuentran las grandes superficies, que recogen en torno a un 15% del total, mientras que los puntos multiespecialistas se mueven alrededor del 4,5%.

Algunos datos del sector

Éstos son algunos datos destacados de la XIII Oleada del estudio "Las TIC en los hogares españoles" elaborados por Red.es, adscrito al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio:

PRINCIPALES PROVEEDORES DE TELÉFONOS MÓVILES EN ESPAÑA		
Empresa	Teléfono	Web
ALCATEL	934922400	www.tctmobile.com/sp
BENQ-SIEMENS (DIVISIÓN CONSUMO)	918054503	www.benq.com
HEWLETT-PACKARD ESPAÑOLA, S.L. (HP)	916348800	www.hp.es
LG ELECTRONICS ESPAÑA, S.A.	912112222	www.lge.es
MOTOROLA ESPAÑA, S.A.	914002000	www.mot.com
NEC IBÉRICA, S.A.	912032900	www.nec.es
NOKIA SPAIN, S.A.	912119300	www.nokia.es
SANTA BÁRBARA GRAL. SERVICIOS INFORMÁTICOS, S.A. (PALM)	902443334	www.palm.es
PANASONIC ESPAÑA, S.A.	934259300	www.panasonic.es
HTC CORPORATION (HTC / QTEK)		www.europe.htc.com
SAGEM COMUNICACIONES IBÉRICA, S.A.	914449420	www.sagem.com
SAMSUNG ELECTRONICS IBERIA, S.A.	917143600	www.samsung.es
SHARP ELECTRÓNICA ESPAÑA, S.A.	935819700	www.sharp-phone.com
SONY ERICSSON MOBILE COM. IBERIA, S.L.	915021746	www.sonyericsson.es

Fuente: Protiendas

El porcentaje de hogares con servicio de telefonía móvil era del 84,4%, un 1,6% más que en el caso de la fija. En España hay 13.082 hogares que cuentan con móvil.

El número de individuos con móvil activo (con uso en el último mes) es de 27,2 millones, es decir, el 73,2% de la población a partir de 15 años.

El gasto medio por hogar y mes en telefonía móvil fue de 39,6 euros, un 5% más que en el mismo trimestre del año anterior. El gasto total fue de 1.340 millones de euros, un 8,3% más que un año antes y 337 millones más que el gasto realizado en telefonía fija. De este gasto, el 63,5% procede de la modalidad de contrato.

Los servicios de valor añadido más comunes en telefonía móvil son MMS (60,5%), cámara de fotos (50,5%) y acceso a Internet (48,7%). Los más usados entre los que disponen de cada servicio son la cámara de fotos (53,7%) y el bluetooth (52,3%), coincidiendo con los más deseados para un próximo terminal: cámara de fotos (28,5%) y bluetooth (28,1%).

Casi siete de cada diez usuarios de telefonía móvil utilizan su aparato a diario o semanalmente para recibir llamadas. La realización de llamadas es el siguiente servicio más común, con un 65,8% de uso, mientras que el 46% de usuarios utiliza el móvil para el envío y/o recepción de SMS. Por otra parte, la utilización diaria o semanal de la cámara de fotos del móvil ha crecido un 1,3% desde el primer trimestre de 2006 para alcanzar el 11,8%. Además, todos ellos son servicios de uso cada vez más frecuente.

SIEMENS

Nunca ha sido tan cómodo hablar con un inalámbrico

A la hora de elegir un teléfono inalámbrico para tu hogar, son muchas las cosas que tienes en cuenta. Calidad, prestaciones, diseño... La gama Gigaset te lo ofrece todo en cada uno de sus modelos, con un funcionamiento tan sencillo que, elijas el que elijas, te sentirás más cómodo que nunca.



Más información en: siemens.es/gigaset

COMUNICACIÓN INALÁMBRICA EN EL HOGAR **Gigaset**