

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Un nuevo informe de Telefónica señala que las empresas utilizan cada vez más los tradicionales SMS y augura un buen futuro para la mensajería

- La cada vez mayor popularidad de los servicios de mensajería SMS A2P (*Application to Person*) por parte de empresas y organizaciones está impulsando el uso de SMS. Prueba de ello es el crecimiento global de un 22% del negocio A2P en Telefónica.
- Telefónica prevé la adopción a gran escala de los mensajes a múltiples destinatarios (*1-to-many*) por parte de empresas de cualquier tamaño durante la próxima década en áreas como actualizaciones sobre el estado de envíos de productos a domicilio, el hogar digital o diferentes servicios ofrecidos por la administración local.
- El informe publicado hoy analiza las causas que han impulsado el negocio de SMS A2P tras el significativo crecimiento que experimenta este sector.

Londres/Madrid, 12 de julio 2016- El uso global de los SMS como canal de comunicación empresarial continuará creciendo en los próximos 10 años a medida que cada vez más organizaciones adoptan los servicios A2P (*Application to Person*) y los integran en sus comunicaciones digitales, según un informe publicado hoy por Telefónica.

El informe, *una investigación sobre el continuo éxito y los motores de la economía del mercado de los SMS en el año 2015*, analiza el desarrollo de los SMS y cómo las empresas los utilizan para impulsar sus negocios. El informe concluye que la capacidad de los SMS de llegar globalmente al 99,99 % de los dispositivos móviles sumado a la gran rapidez con la que los receptores suelen leer este tipo de mensajes, demuestra que son una herramienta perfecta en la comunicación de las empresas independientemente del país donde operen o del perfil demográfico de sus clientes.

El crecimiento exponencial de la popularidad de los servicios digitales y móviles, especialmente en mercados emergentes como Latinoamérica y Asia, ha creado un mercado mundial en que se envían anualmente 8.300 billones de mensajes¹ móviles ya sea a través de SMS u otras aplicaciones. A medida que las empresas adoptan las

oportunidades que brinda este mercado e integran los dispositivos móviles en sus servicios digitales, los SMS se han convertido en una herramienta de gran valor para el envío de mensajes de empresa a múltiples destinatarios (*1-to-many*), ofreciéndoles una forma sencilla, efectiva y móvil de mantener informados en todo momento a sus clientes. Así, tanto en América Latina como en Brasil el mercado de SMS A2P está creciendo considerablemente impulsado principalmente por el sector bancario y financiero. Concretamente en Brasil este sector supondría un 33% del volumen total de SMS A2P en 2017. Otros sectores que están impulsando su crecimiento en estas regiones son el comercio, la salud, la educación y la administración pública.

James Lasbrey, director global de Mensajería mayorista de Telefónica, apunta que el informe demuestra que a pesar de la gran popularidad de la economía de las *apps* para las comunicaciones P2P (servicio de texto tradicional de persona a persona), el tamaño y la gran oportunidad de mercado de los SMS han tenido como consecuencia su consolidación como un mercado de gran valor y atractivo para las empresas. Prueba de ello es el crecimiento global de un 22 % en el negocio de Telefónica de SMS A2P (*Application to Person* o mensajería desde una aplicación informática al usuario final) en el período 2014-15.

“El valor de los mensajes de empresa a múltiples destinatarios (*1-to-many*) ha dado un paso muy significativo. Los mensajes de texto han formado parte de nuestras vidas durante más de 20 años, y para la mayoría ha sido un sistema de comunicación intuitivo, fiable y efectivo. Mientras el mercado se ha desarrollado con el éxito de las *apps* gratuitas como WhatsApp, Snapchat y Facebook Messenger, el potencial de los SMS para las empresas no tiene competencia. Creo que de aquí hasta 2025 e incluso más allá veremos la adopción a gran escala de la mensajería A2P por empresas de todo el mundo que busquen comunicarse de forma efectiva con sus clientes”.

El informe incluye ejemplos de casos reales, como el uso que hace Virgin Trains en el Reino Unido de las comunicaciones A2P para gestionar los trenes de cercanías en horas punta. “La forma en que Virgin Trains utiliza los SMS para mantener informados a miles de usuarios es un magnífico ejemplo de compromiso entre una empresa y sus clientes, y ayuda a diferenciar su servicio del de otros operadores de transporte”, ha señalado Giovanni Benini de OpenMarket, consultora especializada en procesos de movilidad para empresas que ha colaborado en el informe que presenta hoy Telefónica. “Esperamos ver un uso continuado de estos servicios en varios sectores ya que proporcionan información personalizada a los clientes en el momento justo que la necesitan».

El estudio atribuye el éxito de los SMS de empresa al hecho de que llegan a la gran mayoría de consumidores de forma proactiva y en el momento indicado sin necesidad de que el receptor se haya descargado o suscrito previamente a ninguna aplicación. Además, varios estudios recientes muestran que el potencial para empresas en sectores

como la banca, los viajes o el transporte, el comercio y la salud es enorme. Se espera que el mercado de los SMS A2P crezca hasta 2.190 billones de mensajesⁱⁱ y 50.000 millones de dólares de ingresos en 2018ⁱⁱⁱ a medida que un abanico cada vez más amplio de organizaciones (incluyendo pymes y organismos oficiales) aprovechan su potencial.

El informe aborda también el uso de los SMS como medida de seguridad y prevención del fraude al utilizarlo como método de autenticación habitual en procesos de registro en redes sociales o como factor de autenticación adicional en servicios financieros.

“El mercado de los servicios financieros está liderando el modo en que usamos los A2P en términos de uso general y nuestros datos demuestran que los SMS se empiezan a usar más a menudo que los mensajes basados en apps porque demuestran un mayor compromiso con el cliente”, ha señalado Joanne Lacey, directora de operaciones de MEF (Mobile Ecosystem Forum), un organismo comercial global independiente especializado en el ecosistema móvil empresarial que también ha colaborado en el informe. “Curiosamente, cerca de una cuarta parte de los consumidores no ha recibido nunca un SMS de una empresa, lo que indica la oportunidad de crecimiento continuo de este canal. Nuestro objetivo es desarrollar un marco para un ecosistema limpio y transparente que asegure un futuro sostenible para la mensajería».

Puede descargar el informe aquí: [Http://bulkmessaging.telefonica.com/](http://bulkmessaging.telefonica.com/) y <https://www.telefonica.com/en/web/press-office>

Acerca de Telefónica

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes, que se apoya en una oferta integral y en la calidad de la conectividad que le proporcionan las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha. Es una empresa en crecimiento que ofrece una experiencia diferencial, basada tanto en los valores de la propia compañía como en un posicionamiento público que defiende los intereses del cliente.

Presente en 21 países y con 322 millones de accesos, Telefónica tiene una fuerte presencia en España, Europa y Latinoamérica, donde concentra la mayor parte de su estrategia de crecimiento.

Telefónica es una empresa totalmente privada que cuenta con más de 1,5 millones de accionistas directos. Su capital social está dividido en la actualidad en 4.975.199.197 acciones ordinarias que cotizan en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.

ⁱ Portio Research

ⁱⁱ Ovum

ⁱⁱⁱ Ovum