



# m-commerce la revolución del pago a través del móvil

“ El comercio móvil se verá beneficiado por los celulares con tecnología MMS que permiten el envío de mensajes multimedia



“ La adopción masiva del m-commerce puede verse favorecida por la unión de los cuatro mayores operadores de telefonía móvil Europeos para la adopción de un estándar

Aitor acaba de ver en el escaparate de su tienda de discos las portadas de los cinco CD's más vendidos esta semana. Saca el móvil del bolsillo y llama al número de teléfono que indica el cartel pegado al escaparate. Escucha un fragmento de los 5 tops musicales y teclea el número del CD que quiere comprar. Teclea a continuación su número secreto y a los pocos segundos le llega un mensaje al mismo móvil indicando que ya puede pasar a recoger el CD: la compra ha sido efectuada.

Ainara ya ha elegido la bebida y el tipo de pizza que quiere comer hoy. Saca su móvil y teclea el código del vendedor, seguido del número de menú. El móvil le pide ahora su número secreto para confirmar el pedido. Tras introducirlo, el móvil contacta con la pizzería indicada y con esto se pone en marcha un proceso automático que calculará el precio del menú seleccionado, se pondrá en contacto con el banco de Ainara, le cobrará el precio del menú, consultará en la base de datos la dirección física que corresponde al propietario del móvil y le enviará el pedido a casa.

Son sólo un par de ejemplos de m-commerce, comercio electrónico a través del móvil. Transacciones bancarias, recargas de tarjeta, pago en restaurantes, en servicio de taxis... lo que antes parecía ciencia-ficción es hoy una realidad; el uso del teléfono móvil para pagar nuestras compras sin necesidad de tarjeta de crédito, sin necesidad de firmas, sin números de cuenta, sólo con una contraseña (este sistema de seguridad elimina cualquier posibilidad de que en caso de extravío del móvil nadie más pueda efectuar compras desde el mismo terminal) es uno de los mercados con mayores expectativas de crecimiento. Si añadimos a esto el dato que indica que la implanta-

ción del móvil en España es uno de los mayores de Europa, (la mitad de los españoles dispone de celular), el negocio está servido.

La consultora Ovum, por ejemplo, predice que las transacciones B2C (business-to-consumer) a través del móvil crecerán desde los 6,7 mil millones de dólares en el año 2002 hasta los 37 mil millones en 2007.

La adopción masiva del m-commerce puede verse favorecida por el anuncio a primeros de marzo de la unión de los cuatro mayores operadores de telefonía móvil Europeos para la adopción de un estándar que posibilite el pago a través del móvil: Orange -Francia-, Telefónica Móviles -España-, T-Mobile -Alemania- y el Grupo Vodafone de Gran Bretaña anunciaron la formación de la Asociación para los Servicios de Pago por Móvil.

Tim Jones, director ejecutivo de la asociación afirmó que el nuevo esquema para posibilitar pagos a través del móvil incrementará significativamente los beneficios generados por la venta de contenidos para móviles como las ventas de logos y tonos, que actualmente genera 2,9 miles de millones de dólares en la Europa Occidental.

## Micropagos

Podemos ver los micropagos como otro de los grandes tractores del comercio electrónico a través del móvil.

Las empresas de Internet interesadas en facturar el acceso a determinados servicios de sus portales web ya pueden hacerlo a través del teléfono móvil. Los micropagos a través de móvil consisten en el envío de mensajes cortos (SMS) a un número predeterminado. De esta forma, con cada mensaje recibido, la empresa de Internet que use este método para cobrar servicios a sus clientes percibirá una



cantidad de dinero (normalmente inferior al euro).

Así, las empresas resuelven parte del problema de facturación al que se enfrentaba el sector de Internet: la dificultad de hacer efectivos importes muy pequeños. El poder usar el móvil para pagar pequeñas cantidades sin necesidad de usar la tarjeta de crédito es una de las grandes ventajas que aporta este sistema. De un mensaje de 1,20 la empresa que comercializa los productos y servicios obtendrá un beneficio entre el 60 y 70% de dicha cantidad.

Esta modalidad de pago está siendo muy utilizada para la compra de artículos on-line individuales: el usuario manda un mensaje al número especificado y a los pocos minutos le llega una contraseña con la que poder acceder al artículo en cuestión.

### Nuevas tecnologías, nuevos nichos de mercado

El comercio móvil se verá beneficiado por los nuevos terminales que, desde finales de 2002, ya están en el mercado: los celulares con tecnología MMS que permiten el envío de mensajes multimedia.

Según Julio Navio, director de tecnología de Nokia Networks, "existe un boyante y fértil mercado para los nuevos servicios de mensajería gra-



**El m-commerce es uno de los mercados con mayores expectativas de crecimiento**

cias a la masiva presencia de los mensajes actuales, a los nuevos dispositivos de mensajería móvil y a los hábitos de consumo de los usuarios SMS.

MMS va a seguir un camino muy parecido al SMS, en cuanto a utilización y popularidad, pero en menos tiempo. Alcanzar la masa crítica tras la cual el crecimiento se acelera ocurrirá el próximo año y el siguiente. Estimamos que, en 2005, los MMS superarán a los SMS como el mayor generador de ingresos de mensajería interpersonal.

#### Más información:

<http://www.thinkmobile.com/Article/00/02/23/>  
[http://es.gsmbox.com/news/mobile\\_news/all/92577.gsmbox](http://es.gsmbox.com/news/mobile_news/all/92577.gsmbox)

**Juanan Pereira**

Departamento de e-desarrollo

... difícilmente podrá vender

