

PMS

Estudio de Mercado

Servicios Aplicaciones de

Telefonía Móvil en Canadá

Noviembre de 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Canadá - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



Índice

Índice	2
I. Resumen Ejecutivo.....	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado de servicios (en base al análisis FODA).....	4
3. Análisis FODA.....	4
II. Identificación del servicio	5
1. Nombre del servicio	5
2. Descripción del servicio	5
III. Descripción general del mercado importador	5
1. Tamaño del mercado.....	5
2. Crecimiento en los últimos 5 años	5
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	6
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	7
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	7
6. Normativas con respecto a la compra de servicios públicos	7
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	7
8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios	8
IV. Descripción sectorial del mercado importador	9
1. Comportamiento general del mercado.....	9
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	10
3. Proporción de servicios importados.....	10
4. Dinamismo de la demanda	11
5. Canales de comercialización	11
6. Principales players del subsector y empresas competidoras	12
7. Marco legal y regulatorio del subsector	12
8. Tendencias comerciales del sector	13
V. Competidores	14
1. Principales proveedores externos	14
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.	15
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.	15
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.....	16
VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	16

VII. Otra información relevante del mercado de destino	17
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	18
IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	19
X. Contactos relevantes.....	20
XI. Fuentes de información (<i>Links</i>).....	21

El presente documento de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

I. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Aplicaciones para teléfonos móviles (APPs)

2. Evaluación de oportunidades en el mercado de servicios (en base al análisis FODA).

Canadá es un mercado abierto y competitivo, sin grandes restricciones o barreras al comercio, lo cual facilita a muchos emprendedores la oportunidad de entrada al mercado. Las empresas que cuenten con alto nivel de desarrollo y competitividad tendrán una mayor posibilidad de triunfar, considerando que el mercado está liderado por empresas locales y extranjeras principalmente de Estados Unidos y Asia.

3. Análisis FODA.

		Factores Internos	
		Puntos fuertes/Ventajas	Puntos débiles / Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas para facilitar ingreso en el mercado • Adaptación a tendencias • Aumentar competitividad • Participar en ferias y/o asistir a congresos importantes de la industria 		<ul style="list-style-type: none"> • Chile se percibe como un país económica y políticamente estable • El producto chileno puede diferenciarse y presentarse como un valor agregado 	<ul style="list-style-type: none"> • Chile no es conocido como desarrollador / proveedor de APPs en Canadá • El dominio del inglés es un requisito indispensable
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra de calidad, y a menor costo que en países desarrollados • Participación en ferias y/o congreso relacionadas con el sector • Bajo costo de desarrollo de APPs, solo requiere uso de un computador y conocimientos de programación 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en marketing es indispensable para promover la industria
	Amenaza	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr <i>joint ventures</i> con empresas canadienses 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar nichos de mercado
		<ul style="list-style-type: none"> • Proximidad geográfica a Estados Unidos • Teléfonos móviles son económicos y de alta velocidad 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Empresas canadienses están bien establecidas en este mercado • Existe mucha competencia con productos asiáticos 	

II. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Aplicaciones para teléfonos móviles (APPs).

2. Descripción del servicio

Las Aplicaciones para teléfonos móviles son programas de software compactos que realizan tareas específicas para el usuario del teléfono móvil. Algunas APPs vienen pre-instaladas en el móvil o pueden ser descargadas desde el sitio web de una organización o de un servidor.

III. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

Canadá tiene aproximadamente 35 millones de habitantes, 90% de los cuales reside en un radio de 100 millas de la frontera con los Estados Unidos. La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Las ciudades más importantes, según el número de habitantes, son:

- Toronto (5.9 millones)
- Montreal (3.9 millones)
- Vancouver (2.5 millones)
- Ottawa-Gatineau (1.3 millones)
- Edmonton (1.2 millones)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver, ubicándose en las provincias de Ontario, Quebec y British Columbia respectivamente.

Con frecuencia, las ciudades de Toronto y Vancouver son escogidas para testear el comportamiento inicial del mercado canadiense.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

A pesar de las numerosas transformaciones que están ocurriendo en el mercado canadiense, quizás el cambio más dramático en la economía local es la mayor importancia que ha adquirido el sector servicios. Si bien las industrias productoras de bienes representan el 33% del PIB nacional, el sector servicios es mucho mayor: no sólo emplea a 3 de cada 4 canadienses, sino que además genera dos tercios del producto nacional bruto.

En el año 2012, la economía canadiense creció en una mayor escala que los demás países del G7. El PIB real aumentó en un 1,8%, alcanzando los CAD\$52.231,86 per cápita, lo cual permite que una gran parte de los consumidores puedan adquirir productos de mayor valor agregado. Dicho crecimiento fomentó un aumento de la demanda de bienes de mayor costo tales como casas, autos e inmuebles, incluidos los servicios. Por otra parte, en el mismo año las tasas de interés alcanzaron los niveles más bajos de la historia del país, debido en gran parte a una inflación baja y estable. Cabe destacar que el gobierno central ha sido capaz de equilibrar su presupuesto de manera constante durante los últimos años, y se prevé que la situación económica permanezca estable durante el año 2013.

En particular, respecto al desarrollo de las aplicaciones para el mundo digital, se estima que este sector juegue un rol importante en el panorama económico de los próximos años, y Canadá está en una buena situación para aprovechar las oportunidades que existen en el área de tecnología de la información y comunicación (TIC). Así, de acuerdo con el análisis del World Economic Forum Global IT 2012, Canadá ocupa el noveno puesto en el ranking mundial con respecto a su apertura a las nuevas tecnologías que utilizan Internet.

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

En general los indicadores macroeconómicos revelan una lenta recuperación en la economía canadiense. Los pronósticos entregados por el Banco de Canadá resultan más conservadores que las proyecciones realizadas por entidades bancarias privadas.

Canadá depende en gran medida de su intercambio comercial con Estados Unidos, por lo que un tipo de cambio más fuerte resulta en que las condiciones internas mejoren a un ritmo más lento de lo que la banca privada esperaba, dado que la importación de bienes y materias primas está sujeta a este indicador.

	Año 2012	Año 2013*
PIB (billones US\$, precios corrientes)	1.819,08	1.843,75
PIB per cápita (US\$, precios corrientes)	52.231,86	52.364,36
Crecimiento PIB (real)	1,8 %	1,5%
Reservas Internacionales(millones US\$)	68.222	No disponible
Exportaciones (millones US\$)	452.730	482.102
Importaciones (millones US\$)	462.318	468.117
Inflación	1,5	1,5
Desempleo	7,2	7,1
Tasa de Interés	1,00	1,00
Tipo de Cambio (USD/CDN)	0,99	1,07

Fuente: Statistics Canada, FMI, y previsiones de investigación de RBC (2013)

Canadá es una monarquía constitucional con un Gobernador General, David Johnston (desde octubre 2010). Johnston, de nacionalidad canadiense y residente en Ottawa, actúa como representante de la Corona Británica, en nombre de la Reina Isabel II de Inglaterra, aunque en la práctica la Cámara de los Comunes, *House of Commons*, es la que gobierna el país.

A nivel federal la Cámara de los Comunes y el Senado (que no es elegido por voto popular) tienen poderes limitados, y el Partido Conservador, liderado por el Primer Ministro Stephen Harper (desde febrero 2006), ha ganado las últimas tres elecciones generales. Los ministros que forman el gabinete del gobierno federal son seleccionados por el Primer Ministro entre los miembros del partido elegidos por voto democrático.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

En general existen políticas pro-servicios en Canadá. Específicamente en el sector de aplicaciones para móviles podemos destacar ciertas ventajas tanto a nivel federal como provincial. Para las provincias de Quebec, Ontario y British Columbia, el gobierno provincial da créditos reembolsables en impuestos y el gobierno federal por medio del departamento de Investigación Científica y Desarrollo Experimental (Scientific Research and Experimental Development - SR&ED) tiene programas de premios en créditos de impuestos y/o reembolsables en dinero efectivo en gastos relacionados con la investigación. Para mayor información visitar el link: <http://www.cra-arc.gc.ca/txcrdt/sred-rsde/>

Complementariamente, el gobierno promueve la existencia de escuelas e institutos de formación educacional en tecnología, informática, etc., en ciudades como Toronto y Montreal.

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

No es posible valorar la disposición de instrumentos financieros locales en relación a la compra o importación de APPs realizados fuera de Canadá. Sin embargo, el país ofrece bastantes incentivos para atraer a las empresas extranjeras, como el rápido crecimiento de la industria tecnológica (especialmente en APPs web), la convergencia de numerosas culturas, el sólido consumo interno y el desarrollo en sectores como comercio y construcción, todo lo que contribuye tanto a la creación nuevas empresas locales como a atracción de empresas extranjeras, que reconocen en Canadá un lugar seguro y estable para realizar negocios.

6. Normativas con respecto a la compra de servicios públicos

El gobierno de Canadá compra aproximadamente \$16.05 CDN billones en bienes y servicios cada año. La compra y venta de servicios públicos y/o relacionados con el gobierno canadiense están determinadas por el departamento de Trabajos Públicos Y Servicios (Publics Works and Government Services Canada), donde las empresas deben registrarse para ser proveedores del gobierno. Para mayor información, visitar la página web: <https://buyandsell.gc.ca/>

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

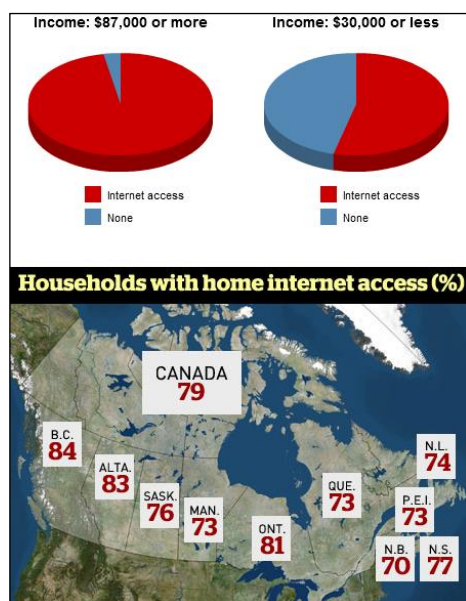
El diario nacional canadiense, The Global and Mail, en su reportaje del 4 de junio del 2012 comenta, “más de tres cuartas partes de los hogares canadienses tenían acceso a internet a fines del año 2011, la explosión en

popularidad de los aparatos *data-hungry* como teléfonos inteligentes y *tablets* han permitido el incremento del uso de internet, viendo en ciertos casos incrementos de un 5% en tráfico de información”.¹

En esta misma línea, el Canadian Wireless Telecommunications Association manifestó: “hoy más de 26 millones de canadienses tiene un teléfono móvil o un aparato inalámbrico y se espera que el crecimiento continúe los próximos años”.² Es importante señalar que Canadá tiene aproximadamente 35 millones de habitantes.

Finalmente, según CBCNEWS en su reportaje del 25 de Mayo del 2011, “cerca del 50% de los hogares más pobres del país, aún no tenían acceso a internet en el 2010. El 56% de los hogares en el cuarto más bajo de ingresos (CAN\$ 30.000 o menos) no tenían acceso a internet en el 2010, según Statistics Canada, pero en el cuarto más alto de ingresos (CAN \$ 87.000 o más) solo el 3% carece de acceso a internet”.³

El acceso a internet según la distribución de ingresos por provincia en el año 2010, de acuerdo a CBCNEWS era el siguiente:



8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Canadá es una economía basada en servicios, donde es posible observar la gran división de servicios públicos y privados. Se puede destacar, entre los servicios públicos, a los servicios de transporte y salud, mientras que

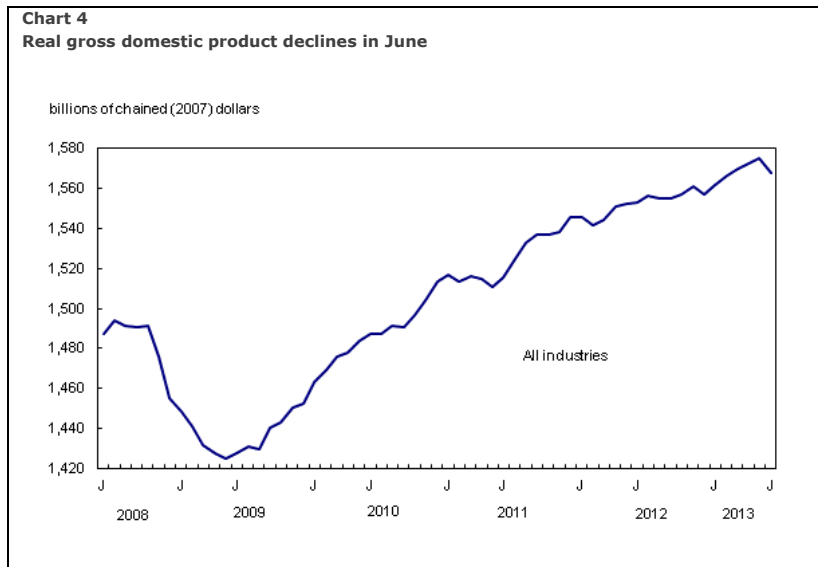
¹ “Canada on track to pass 100% wireless penetration rate”. The Globe and Mail, Junio 2012. <http://www.theglobeandmail.com/technology/mobile/canada-on-track-to-pass-100-per-cent-wireless-penetration-rate/article4230795/>

² Ibid, <http://www.theglobeandmail.com/technology/mobile/canada-on-track-to-pass-100-per-cent-wireless-penetration-rate/article4230795/>

³ “No internet in 1/5 Canadian homes”. CBC News, Mayo 2011. <http://www.cbc.ca/news/technology/story/2011/05/25/technology-internet-use-statistics-canada.html>

servicios como finanzas y seguros han sido explotados en gran medida por el sector privado, a pesar de que existe un control gubernamental estricto sobre su funcionamiento.

Según Statistics Canada, el PIB de Junio del 2013 es de \$1.567 billones de dólares, como se puede apreciar en la siguiente gráfica:



Fuente: Statistics Canada

Statistics Canada divide el PIB nacional en tres grupos: Industrias Productoras de Bienes, Industrias Productoras de Servicios, y Otras Industrias. Según el gráfico anterior, la industria de servicios genera aproximadamente \$1.100 billones de dólares canadienses, lo que equivale al 70% del PIB total del país. Este sector se divide a su vez en 13 subsectores, entre los que se encuentran los servicios profesionales, científicos y técnicos, con un monto aproximado de \$83 billones de dólares canadienses.

Toda esta información se puede encontrar en el siguiente link: <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l01/cst01/gdps04a-eng.htm>.

IV. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

El organismo Information and Communications Technology Council (ICTC) estima que hay aproximadamente 51.000 personas trabajando en la industria de las APPs móviles en Canadá, donde alrededor del 47% de los

empleos se concentran en la provincia de Ontario⁴. Asimismo, es una industria de rápido crecimiento y alta competitividad, con ingresos anuales de aproximadamente CAD\$775 millones, y para el año 2016 se espera que alcancen los \$2.200 millones⁵. Esto se explica por la importante tasa de penetración en los consumidores canadienses, quienes utilizan dispositivos móviles para múltiples fines en su vida diaria, como para buscar direcciones de lugares, conectarse a redes sociales, informarse de resultados deportivos, de opiniones sobre restaurantes, etc.

Aunque Toronto es el epicentro de la industria de la tecnología e innovación en Canadá, ciudades como Montreal y Calgary están convergiendo rápidamente a esta tendencia. En general, las empresas ubicadas en la región metropolitana de Toronto y en el lado este de Canadá tienden a un mayor intercambio comercial con Estados Unidos, tomando ventaja de su proximidad geográfica y el potencial de un mercado de 300 millones de personas (casi 10 veces el mercado canadiense). Específicamente, la ciudad de Nueva York ofrece una alta conectividad y es amigable en términos de proyectos piloto y programas de *soft-landing*, que han resultado de alto interés y muy productivos para las empresas canadienses.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En comparación a otras industrias, el desarrollo de las APPs móviles es aún bastante pequeño en Canadá. De acuerdo a cifras de Statistics Canada, casi 1,9 millones de personas trabajan en el sector de ventas al por menor y 1,5 millones de personas trabajan en el sector manufacturero⁶.

En el 2012, se desarrollaron aproximadamente tres millones de APPs, lo que significa un incremento de un millón de APPs con respecto al 2011.⁷ La proliferación de las APPs para aparatos móviles inteligentes es cada vez más rápida, en respuesta a la creciente demanda, por parte tanto de consumidores como de empresas.

Las principales fuentes de ingresos provienen de cuatro fuentes: descargas de APPs, compras in-APP, publicidad y suscripciones. En Canadá, existen 13 millones de usuarios de teléfonos inteligentes, los cuales gastan aproximadamente \$675 millones de dólares al año en APPs y otros ítems relacionados con APPs, gasto que se estima alcanzaría los \$1.120 millones en el año 2014 (+66%) y \$ 1.820 millones en el 2016 (+170%)⁸.

3. Proporción de servicios importados

Al analizar la composición del PIB nacional, es posible observar que el sector Servicios es el pilar fundamental de la economía, representando el 70% del producto del año 2012, destacando las industrias de Bienes Raíces, Salud y Asistencia Social y Administración Pública como los principales componentes del sector. A continuación se presenta un desglose del sector Servicios, en base a cifras del 2012 procedentes de Statistics Canada.

⁴ "App Economy: 51,000 Canadians Employed in Mobile Software", The Globe and Mail, Octubre 2012.

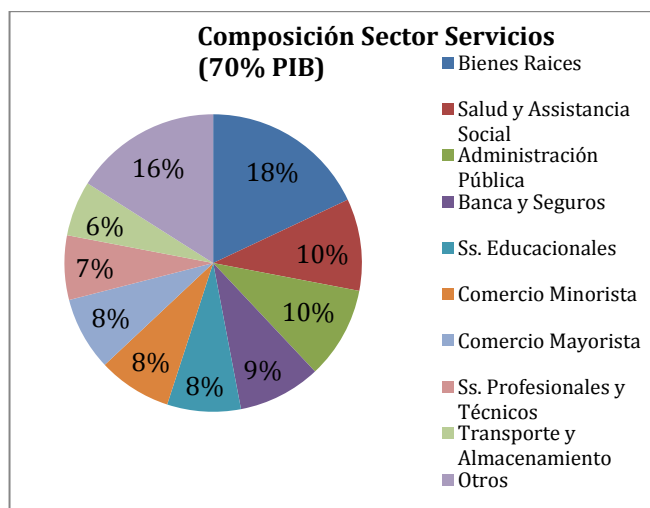
<http://www.theglobeandmail.com/technology/tech-news/app-economy-51000-canadians-employed-in-mobile-software/article4620667/>

⁵ Ibid, <http://www.theglobeandmail.com/technology/tech-news/app-economy-51000-canadians-employed-in-mobile-software/article4620667/>

⁶ Ibid, <http://www.theglobeandmail.com/technology/tech-news/app-economy-51000-canadians-employed-in-mobile-software/article4620667/>

⁷ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012. <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

⁸ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>



Fuente: Statistics Canada

4. Dinamismo de la demanda

Existen compañías canadienses reconocidas globalmente en el área de servicios de conectividad inalámbrica, que han construido una reputación de excelencia en infraestructura, dispositivos *data-centric*, *middleware* y aplicaciones. Con labores de alto talento y bajo costo, regulaciones inteligentes y centros de investigación de excelencia, Canadá se ha convertido en un país importante para inversionistas en esta materia. En este sentido se destacan los siguientes polos productivos:

- Equipamiento celular
- Dispositivos móviles y CPE
- WIMAX
- Software Defined Radio (SDR) solutions
- Clusters of creativity

Para más información, se puede visitar el sitio web siguiente: <http://investincanada.gc.ca/eng/industry-sectors/wireless.aspx>

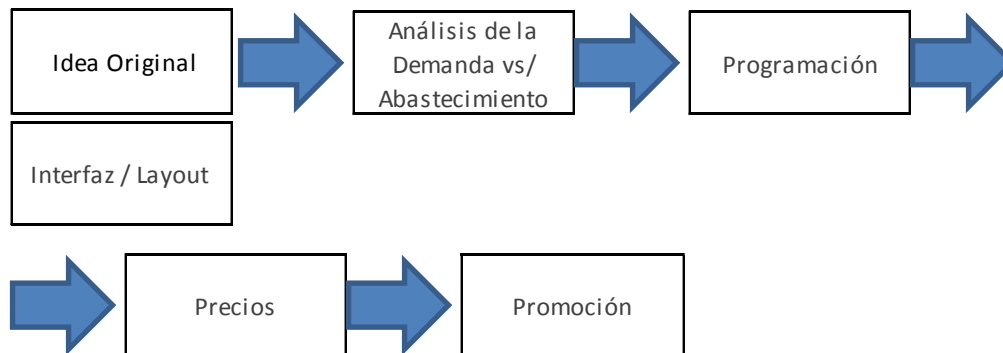
5. Canales de comercialización

Las diferencias más importantes entre el software tradicional y las APPs son: tamaño, facilidad de distribución y precio.

Las barreras generalmente asociadas con los canales de ventas han sido substancialmente minimizadas, ya que los emprendedores y los desarrolladores creativos se han adaptado a las nuevas herramientas de marketing, como las redes sociales, siendo capaces de desarrollar APPs de gran éxito, alcanzando así un nivel de ventas que no hubiera sido posible mediante los canales de comercialización antiguos⁹.

⁹ Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy”, Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

Las empresas y los desarrolladores utilizan una variedad de formas para el desarrollo de las APPs. Una meta consiste en llegar a una idea original que resuelva un problema planteado. Otra forma es ser contratado por una empresa de servicios para crear una APP que se adapte a sus necesidades (una APP de servicio) usa el siguiente proceso¹⁰:



Fuente: Information and Technology Council (ITC)

En general, la mayoría de las formas tienen en común los mismos componentes de desarrollo de las APPs, independientemente del orden en que se utilizan.

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

Tradicionalmente, el principal competidor a nivel internacional en el mercado canadiense es Estados Unidos, que es al mismo tiempo el primer socio comercial de Canadá. A continuación citamos las principales razones de este dominio de Estados Unidos en Canadá:

- Eliminación de aranceles gracias al tratado NAFTA
- Las empresas estadounidenses pueden acceder a economías de escala que superan a las potenciales de las empresas canadienses
- Proximidad geográfica
- Demandas similares en cuanto a requisitos de calidad
- Ambos países tienen los mismos canales de distribución

También hay que mencionar que las exportaciones procedentes de Canadá van destinadas a Estados Unidos por las mismas razones anteriormente citadas.

7. Marco legal y regulatorio del subsector

La Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) es la organización pública independiente que regula y supervisa los sistemas de radiodifusión y telecomunicaciones en Canadá, velando por el cumplimiento de los estatutos denominados Broadcasting Act y Telecommunications Act. Abarca las industrias de radio, televisión, telefonía fija, telefonía móvil e internet y reporta directamente al Parlamento mediante el Ministerio de Herencia Canadiense (Minister of Canadian Heritage). Para más información, se puede acceder el sitio web siguiente: crtc.gc.ca/eng/home-accueil.html

¹⁰ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

8. Tendencias comerciales del sector

Se estima que a fines del año 2012 había 13 millones de usuarios de teléfonos inteligentes en Canadá, lo cual supone un aumento de 9,1 millones respecto al 2011.¹¹ Los teléfonos inteligentes se han convertido en los aparatos móviles preferidos en Canadá en el 2013, donde según el reportaje de comScore, en marzo del 2013 el número de usuarios de teléfonos inteligentes alcanzaba al 62% de la población¹².

El uso de aplicaciones móviles habilitadas para Internet como por ejemplo el pronóstico del clima, el acceso a las cuentas bancarias y a noticias de entretenimiento, se hizo más popular entre los usuarios de teléfonos inteligentes entre el 2011 y 2012, a medida que más suscriptores adoptaron los servicios de internet móvil¹³. Las actividades que registran los mayores aumentos en teléfonos inteligentes son las búsquedas generales en línea al por menor y rendimiento de los dispositivos.

Tabla indicativa del tipo de APPs de los teléfonos inteligentes¹⁴:

% de Uso	Dic.2013	Dic.2012
Clima	59	60
Búsqueda	48	57
Cuentas Bancarias	29	33
Noticias de entretenimiento	29	30
Información sobre el cine	26	28
Información general	25	28
Recetas y consejos de cocinar	20	21
Tarjetas de crédito	16	19
Pagos electrónicos	15	16
Compras al por menor (online)	11	15

Fuente: comScore

Tipos de APPs

Existen distintos tipos de APPs, donde destacan los relacionados con:

- 1) Pagos móviles: por ejemplo, el monedero virtual o *mobile wallet* desarrollado por el banco canadiense Canadian Imperial Bank of Commerce; y programas de fidelización, en los cuales hay tanta variedad que es un mercado fragmentado pero sirve como un mecanismo alternativo de pago.
- 2) Compras al por menor: compras y administración basada en la relación con los clientes “CRM – Customer Relationship Management” con APPs que intentan mejorar el servicio al cliente. Un ejemplo de este tipo es Shopify (www.shopify.com) que es una plataforma de e-commerce.

¹¹ Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy”, Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012. <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

¹² “Smartphones Take the Lead in Canada”, Emarketer.com, Marzo 2013, <http://www.emarketer.com/Article/Smartphones-Take-Lead-Canada/1009759#D0j1m5mUAsLM87Qw.99>

¹³ Ibid, <http://www.emarketer.com/Article/Smartphones-Take-Lead-Canada/1009759#D0j1m5mUAsLM87Qw.99>

¹⁴ Ibid, Emarketer.com, comScore, <http://www.emarketer.com/Article/Smartphones-Take-Lead-Canada/1009759#D0j1m5mUAsLM87Qw.99>

- 3) Ambiente social: interés por las APPs que desarrollan una perspectiva “global”. Ejemplos de este tipo son Radian6 (www.salesforcemarketingcloud.com) y HootSuite (www.hootsuite.com).
- 4) Sector médico: este tipo de APPs permite compartir imágenes, específicamente, fotos en el marco de la comunidad médica, como Figure1 (www.figure1.com). Otras APPs facilitan la programación de citas con pacientes y horarios de toma de medicamentos y tratamientos. Todas estas APPs que tratan con temas médicos deben considerar las cláusulas de confidencialidad e implicancias legales.
- 5) Educación: APPs que ayudan dando clases a estudiantes a distancia. Un ejemplo es Desire2Learn (www.desire2learn.com) que es una plataforma de la nueva generación en la educación.
- 6) Calidad de vida: existen otras APPs que tratan de la automatización del hogar y otras, como el Kytphone (www.kytphone.com) que se trata de un teléfono móvil seguro para uso de niños.

V. Competidores

1. Principales proveedores externos

La industria de aplicaciones móviles en Canadá continúa su trayectoria de crecimiento iniciada en el año 2007. A pesar del ambiente muy competitivo que existe para establecerse, el mercado continúa atrayendo muchos interesados en todas las categorías, ya sean desarrolladores, emprendedores, o instituciones financieras. Mientras en otras industrias la mayoría de los empresarios deben invertir su propio capital asumiendo el subsecuente riesgo asociado, la economía de APPs ha captado el interés de muchas entidades dispuestas a financiar distintos proyectos, contribuyendo de esta forma al desarrollo económico del país y a la creación de puestos de trabajo¹⁵.

Si bien, no es posible determinar un número o un porcentaje exacto de la cantidad de empresas extranjeras que prestan servicios de aplicaciones móviles en Canadá, según un informe realizado por AppFireworks, Estados Unidos es el país que domina los ingresos, seguido por Japón, mientras Canadá se encuentra en el séptimo lugar de los top 10.¹⁶ A continuación se presenta una lista con los países que figuran en dicho ranking¹⁷:

1. Estados Unido
2. Japón
3. Corea del Sur
4. Reino Unido
5. Australia
6. Alemania

¹⁵ “Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy”, Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012. <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

¹⁶ “US leads list of countries for Highest Revenue Generating Apps”, AppFireworks, Septiembre 2013. <http://www.appfireworks.com/blog/?p=50>

¹⁷ Ibid, <http://www.appfireworks.com/blog/?p=50>

7. Canadá
8. Francia
9. Rusia
10. Italia

2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Es evidente que las APPs se han convertido en un importante contribuyente a la economía digital. Nuevas APPs son creadas cada mes para el entretenimiento, la productividad, las comunicaciones y otros fines, y los modelos de negocio relacionados a la industria también han ido evolucionando.

Los desarrolladores y/o empresas han conseguido encaminar rápidamente sus nuevas APPs de acuerdo al interés de los consumidores, adaptándose así a las nuevas tendencias, donde las APPs más comunes son las diseñadas para plataformas Android (Google), iOS (Apple), Blackberry (RIM) y Windows (Microsoft)¹⁸. Por ejemplo, nuevas APPs de Windows están siendo añadidas al mercado a una rapidez de 313 APPs por día¹⁹. Además, se añadieron alrededor de 27.000 APPs en el segundo trimestre de 2012, a una tasa de aproximadamente 10.000 cada mes²⁰. El número de APPs para Android supera las 40.000 al mes, mientras que las APPs para iOS son aproximadamente 20.000²¹. Con todo, el número total de nuevas APPs que se introducen en el mercado es más de 2.300 al día y más de 70.000 cada mes, destacando el gran potencial y crecimiento substancial en el desarrollo de APPs²².

Finalmente, en el año 2012, las tres principales APPs para iPhone en cada categoría fueron las siguientes²³:

- 1) Top gratis: Temple Run, Angry Gran, and Zombie Farm
- 2) Top pagado: Words with Friends, Angry Paid, y Camera+
- 3) Mayor recaudación: Temple Run, DragonVale, y NBA Game Time

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.

En términos generales, las APPs se dividen en dos tipos: orientadas al consumidor final y orientadas a las empresas. Las APPs orientadas al consumidor suelen tener las siguientes características:

- 1) los niveles de precios son más bajos
- 2) la cantidad de usuarios es más alta
- 3) la cuota de mercado más grande

Las APPs orientadas a empresas se caracterizan por:

- 1) un nivel de precios más alto
- 2) el tamaño del cliente es más grande (debido a que se trata de empresas que agrupan a muchos clientes)

¹⁸ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012., <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

¹⁹ "100,000 apps published to Windows Phone Marketplace", All About Windows Phone, Junio 2012. http://allaboutwindowsphone.com/news/item/14960_100000_apps_published_to_Windo.php

²⁰ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012., <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²¹ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²² Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²³ Gartner, Inc. "Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2012", Gartner Symposium / Txpo (Octubre)

Entre las APPs para empresas las más comunes son las relacionadas con la salud y la venta al por menor, mientras que para los consumidores finales destacan las APPs de juegos, utilidades y lifestyle.

4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.

De acuerdo a un artículo de la revista Canadian Business, los desarrolladores independientes solamente deben pagar un costo de CAD\$99 a Apple para obtenerse una cuenta como desarrollador, lo cual les facilita ingresar la APP que hayan diseñado al mercado.²⁴

No obstante, el costo de desarrollar una APP varía radicalmente según el tipo y el propósito de la aplicación. Así, empresas canadienses del sector indican que los costos asociados al desarrollo de una APP pueden ubicarse en un rango entre CAD\$5.000 y CAD\$200.000 para las APPs de servicio, y entre CAD\$10.000 y CAD\$250.000 para IP APPs.²⁵ De acuerdo al informe de ICTC, el precio medio para desarrollar una APP relativamente sencilla es de aproximadamente CAD\$20.000, donde las APPs más caras son las desarrolladas para la industria bancaria, de seguridad, salud e investigación.²⁶

Por último, el precio de venta de las APPs, es decir el precio pagado por cada descarga de un consumidor final, puede ir desde un servicio gratuito hasta APPs que cuestan CAD\$20.000²⁷.

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Existen pocas barreras a la entrada en el mercado de APPs. Los requisitos básicos para desarrollar una APP para cualquier plataforma son simplemente conocimientos de programación y acceso a un computador, y contando con estos recursos, se pueden desarrollar y poner en marcha APPs para cualquier plataforma²⁸. Los costos para desarrollar la mayoría de las APPs no son excesivos y los desarrolladores pueden venderlas directamente a cada plataforma, lo que explica en gran parte la existencia de numerosos desarrolladores de APPs.²⁹

Asimismo, el bajo costo de desarrollo de las APPs es la principal razón por la que empresas canadienses se autofinancian, en vez de solicitar inversión de fondos. El mayor desafío para las pequeñas y medianas empresas es

²⁴ "Rise of mobile gaming surprises big video-game developers", Canadian Business, March 2013.

<http://www.canadianbusiness.com/technology-news/rise-of-mobile-gaming-surprises-big-video-game-developers/>

²⁵ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012., <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²⁶ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²⁷ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²⁸ "Employment, Investment, and Revenue, in the Canadian APP Economy", Informations and Technology Council (ICTC). Backbone Magazine, Octubre 2012., <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

²⁹ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

conseguir financiamiento bancario, ya que generalmente estas empresas tienen un escueto patrimonio y no pueden garantizar el éxito de sus operaciones.³⁰

Según el informe de ICTC, dos tercios de las empresas consultadas comenzaron con autofinanciamiento, mientras que el tercio restante se divide entre las empresas que han recibido capital de familiares o inversionistas “ángeles”, capitalistas de riesgo o son empresas públicas.³¹

En un esfuerzo para llegar al próximo nivel, muchas de las compañías que producen las APPs móviles buscan capital para pasar y superar las primeras etapas de iniciación.

VII. Otra información relevante del mercado de destino

Eventos relacionados con el sector:

Discovery13

Lugar: Toronto, Ontario

Fecha: 27 de mayo de 2013

Website: <http://www.oce-ontario.org/news-events/events/discovery>

Crossmedia Banff 2013

Lugar: Banff, Alberta

Fecha 23 de septiembre de 2013

Website: <http://crossmediabanff.com/>

iTech 2013 - Canada's IT Conference & Expo

Itech Summit 2013

Website: <http://www.itechconference.ca/>

- Lugar: Montreal, Quebec
Fecha: 14 de mayo de 2013
- Lugar: Toronto, Ontario
Fecha 16 de mayo de 2013
- Lugar: Edmonton, Alberta
Fecha: 8 de octubre de 2013
- Lugar: Vancouver, British Columbia
Fecha: 10 de octubre de 2013

Canadian Wireless Trade Show 2013

Lugar: Toronto, Ontario

Fecha: 25 – 26 de septiembre de 2013

Website: <http://canadianwirelesstradeshows.com/2013/>

³⁰ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

³¹ Ibid, <http://www.backbonemag.com/files/PDF/Speakers/2012-10-employment-investment-revenue-canadian-mobile-app-economy.pdf>

Mobile Enterprise Strategies Summit - 2nd Annual
Lugar: Toronto, Ontario
Fecha: 23 – 24 de octubre de 2013
Website: <http://www.mobileenterprisecanada.com/>

Canadian Innovation Exchange (CIX) 2013
Lugar: Toronto, Ontario
Fecha: 21 de noviembre de 2013
Website: <http://www.canadianinnovationexchange.com/>

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Las APPs móviles cada vez ganan más terreno como el medio preferido por los consumidores para acceder a productos y servicios digitales. La gran variedad de APPs, en respuesta a una demanda en constante crecimiento con necesidades cada vez más específicas, sumado a un variado tipo de sistemas operativos para aparatos móviles, provoca que existan un sin número de oportunidades para todo tipo de empresas desarrolladoras de aplicaciones, desde pequeñas start-ups hasta grandes corporaciones. Las empresas canadienses que están empezando a desarrollar APPs se están dedicando mayormente a APPs para teléfonos móviles únicamente o APPs para teléfonos móviles y computadores tipo *desktops*.

Existe un aumento de empresas canadiense que desarrollan APPs en el sentido de “responsive designs”, es decir APPs que se adapten a los requerimientos del mercado. Así, por ejemplo hay empresas que sólo desarrollan APPs para un tipo de móviles, que a veces se basan en una estimación sobre el retorno de inversión según el gasto estimado por usuario.

En términos de gestión, es importante visitar al cliente por lo menos una vez al año y observar las nuevas tendencias de los productos en el mercado, considerando que Canadá es un mercado muy competitivo y veloz, por lo que el constante desarrollo es parte del negocio.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Antes de desarrollar una APP es primordial identificar la necesidad del consumidor que se quiere satisfacer y el cómo la aplicación podrá resolver esa necesidad. Es aconsejable enfocarse en un tipo de plataforma en concreto, y obtener comentarios del cliente en la etapa inicial de desarrollo, antes de invertir mucho tiempo y/o dinero en el proyecto. También es importante diseñar un plan de marketing profesional, atractivo y funcional para las empresas, especialmente si se está desarrollando una APP para el consumidor.

Asimismo, es de suma importancia que previo al desarrollo de la APP, se defina claramente el factor diferenciador de la nueva aplicación frente a la amplia oferta ya existente en el mercado, y para esto, el desarrollar puede requerir desde 4 meses si la APP es sencilla, hasta un año para las APPs complejas que incluyen simulacros de testeo. Por último, el desarrollador debe enfocarse en la utilidad final de su propuesta de valor, identificando un nicho de mercado que aún no haya sido explotado o uno que se pueda expandir para adoptar la nueva APP.

En términos generales, la clave del éxito en el mercado canadiense es el desarrollo de una estrategia organizada de marketing, con especial énfasis en lo siguiente:

- Respuesta inmediata o durante el mismo día a cada comunicación de la empresa canadiense, vía e-mail, teléfono o fax
- Entrega del servicio a tiempo, cualquier retraso debe ser notificado con antelación
- Entrega del servicio acorde a las especificaciones pre pactadas, cualquier cambio debe estar previamente acordado
- Mantenimiento de calidad alta a un precio competitivo
- Inversión en promoción
- Manejo de términos de pago

También es conveniente asistir a ferias y/o seminarios relacionadas con temas de informática y tecnología, no sólo celebrados en Canadá y que se enumeran en el siguiente apartado, sino también a las ferias internacionales más importantes del sector que tengan lugar en otros países y a las que suelen asistir empresas canadienses, especialmente en Estados Unidos. En caso de que no poder asistir a estos eventos, es conveniente conseguir un directorio de empresas participantes.

Para la mayoría de las empresas canadienses, los proveedores extranjeros tienen una sola oportunidad para causar una buena primera impresión. Es crucial utilizar esta oportunidad para mostrar lo que se está vendiendo. La información inicial de la compañía debe incluir precios, especificaciones técnicas y otras características relevantes del servicio.

También es de suma importancia a la hora de interesar a las empresas canadienses, el contar con una página web atractiva y fácil de navegar en inglés, con información de los productos y links de contacto al e-mail del encargado de las ventas al exterior. Asimismo, otros aspectos como conocer de antemano la situación del mercado canadiense, investigar, planificar y proyectar seriedad son atributos importantes para forjarse una buena

reputación comercial en este país, indispensables a la hora de establecer una relación comercial con una empresa canadiense.

De igual forma, la consistencia en la calidad, la entrega del servicio y la conformidad con las especificaciones acordadas resultan de vital importancia para mantener el servicio chileno en Canadá. Comunicaciones esporádicas e infrecuentes sólo perjudicarán la reputación y reducirán las oportunidades de lograr el éxito comercial en este mercado. Si este es el caso, resulta de la mayor importancia enviar el servicio dentro de los plazos y términos establecidos.

Finalmente, hay que tomar en cuenta que la comunicación con la contraparte local deberá ser en inglés (o francés en la provincia de Quebec), ya que el español es un idioma poco hablado en Canadá a nivel de negocios, y que la información sobre valores y precios deberá entregarse en dólares canadienses y/o americanos.

X. Contactos relevantes

CATA Alliance

Website: <http://www.cata.ca/>

Canadian Digital Media Network (CDMN)

Website: <http://www.cdmn.ca/>

Communitech

Website: <http://www.communitech.ca/>

Digital Media Zone (DMZ)

Website: www.dmz.com

ITACA

Website: <http://itac.ca/>

MaRS Centre Discovery District

Website: www.marsdd.com

Ontario Centres of Excellence (OCE)

Website: www.oce-ontario.org/

Canada's Technology Triangle Inc (CTT)

Website: www.techtriangle.com/

Science, Technology and Innovation Council

Website: www.stic-csti.ca/eic/site/stic-csti.nsf/eng/Home

XI. Fuentes de información (*Links*).

Government of Canada
Website: www.canada.gc.ca

Bank of Canada
Website: www.bankofcanada.ca

Foreign Affairs and International Trade Canada
Website: www.international.gc.ca

Canadian Importers and Exporters Association
Website: www.caie.ca

Canada Border Services Agency
Website: www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html

Canada Revenue Agency
Website: www.cra-arc.gc.ca

Canadian General Standards Board
Website: www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ongc/home/index-e.html

Department of Justice
Website: www.laws-lois.justice.gc.ca/eng

Industry Canada
Website: www.strategis.ic.gc.ca

Statistics Canada
Website: www.statcan.gc.ca

Trade Facilitation Office Canada (TFO Canada)
Website: www.tfocanada.ca