



***II Encuentro Internacional de  
Banda Ancha y Cable Módem***

***Mg. Pablo Tedesco  
Director Asociado***

***Mar del Plata, Julio 2007***

---

# Agenda

---

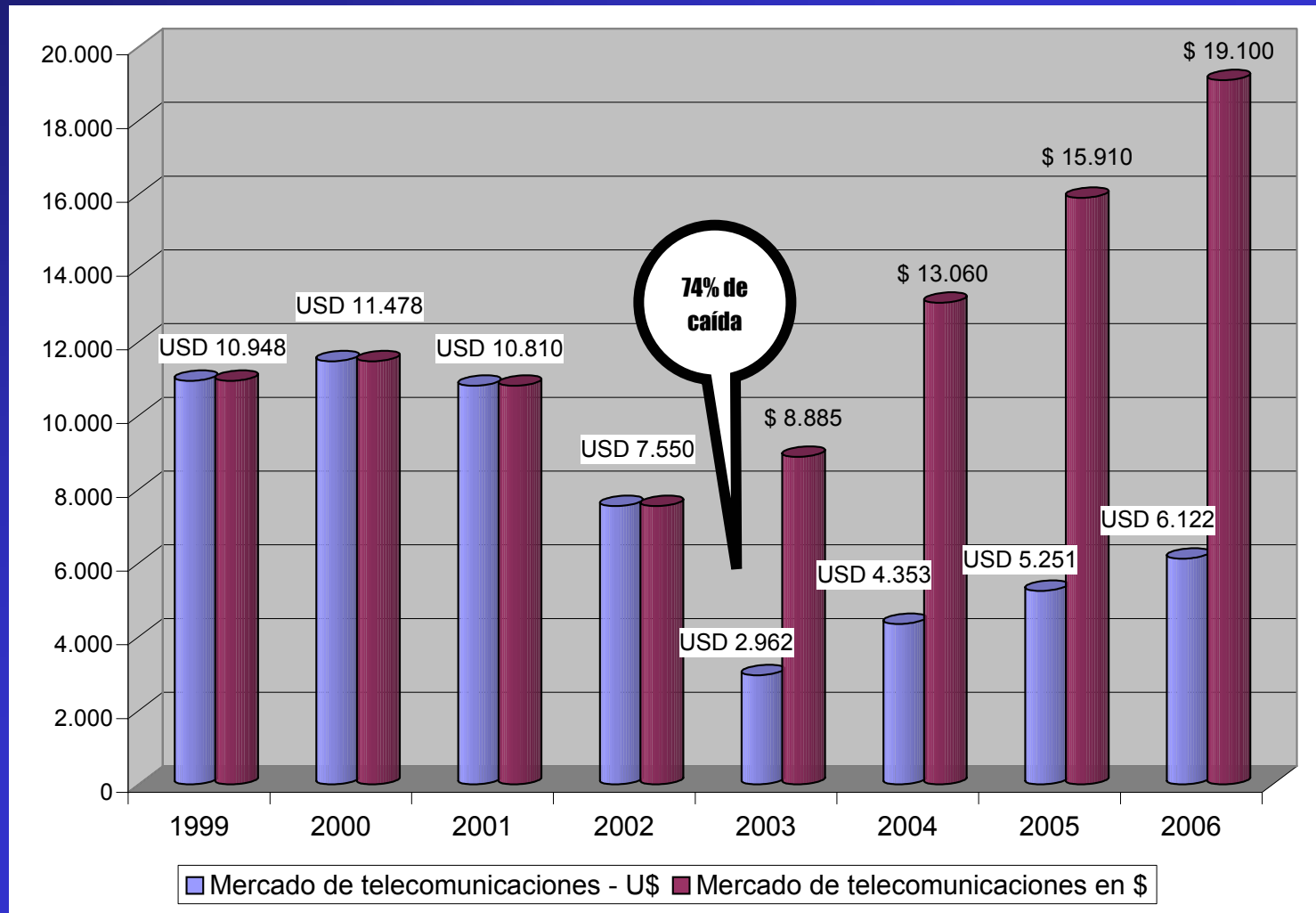
- Introducción al mercado Telco
- Internet
- Triple play
- Conclusiones

# Mercado de telecomunicaciones

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
US\$ (en millones)	USD 10.948	USD 11.478	USD 10.810	USD 7.550	USD 2.962	USD 4.353	USD 5.251	USD 6.122
Variación		4,8%	-5,8%	-30,2%	-60,8%	47,0%	20,6%	16,6%
\$ (en millones)	10.948	11.478	10.810	7.550	8.885	13.060	15.910	19.100
Variación		4,8%	-5,8%	-30,2%	17,7%	47,0%	21,8%	20,1%

Crecimiento en pesos desde la máxima caída del 153%, un promedio anual de 31%

# Mercado de telecomunicaciones

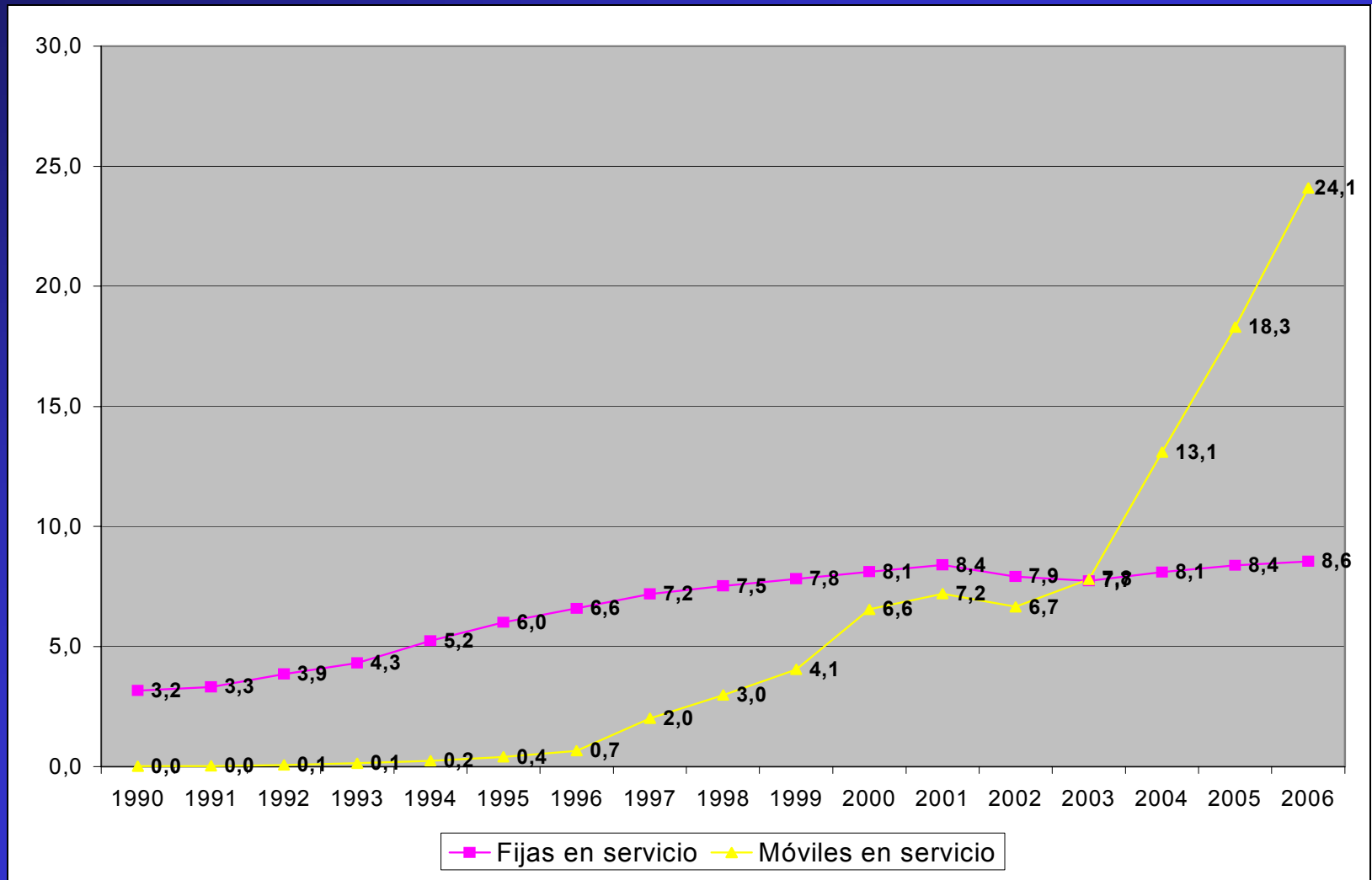


---

# Telefonía básica



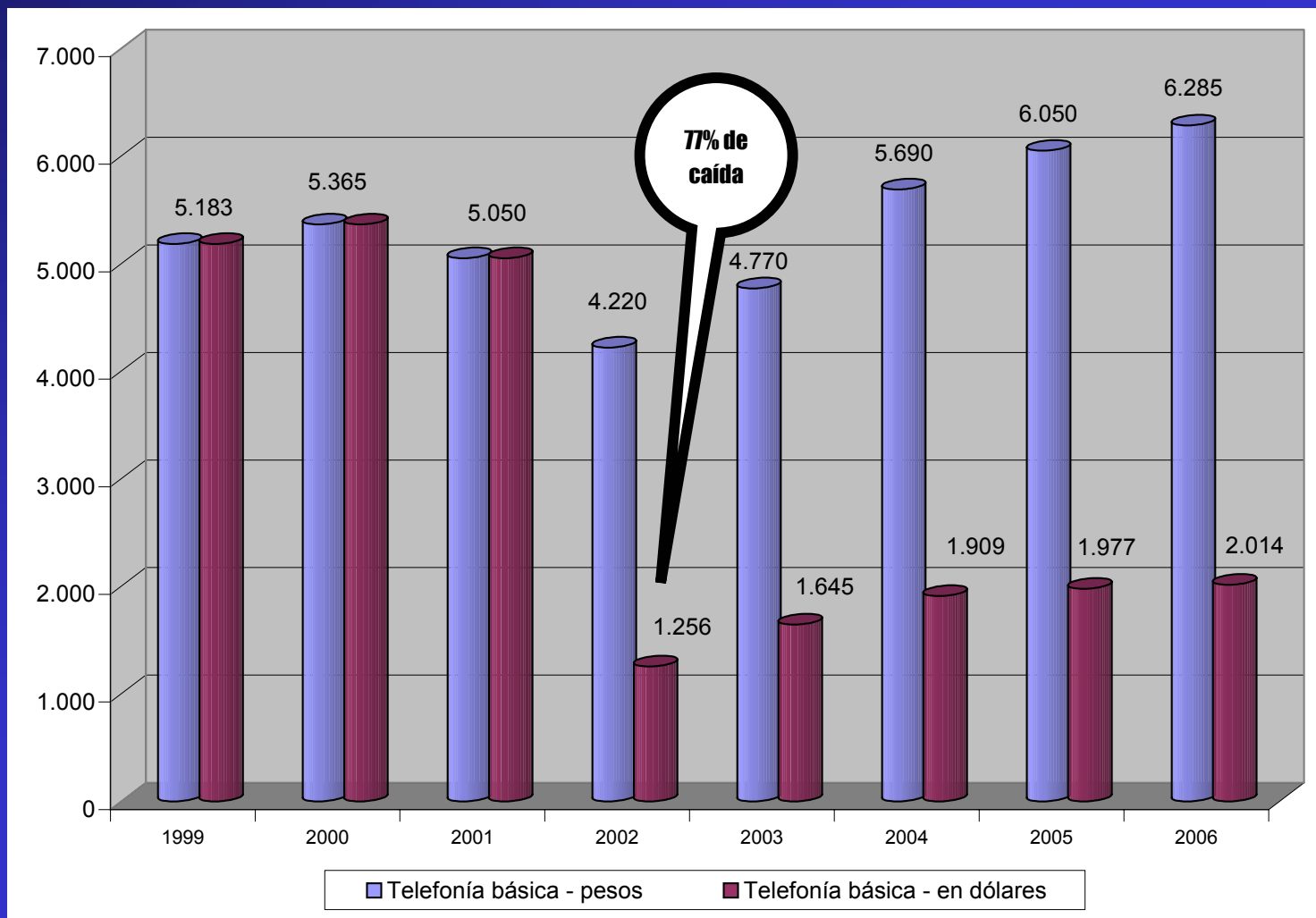
# Líneas fijas en servicio - evolución



# Mercado de Telefonía básica

Concepto	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Telefonía básica – U\$	5.183	5.365	5.050	1.256	1.645	1.909	1.977	2.014
Variación		3,5%	-5,9%	-75,1%	31,0%	16,1%	3,5%	1,9%
Telefonía básica - \$	5.183	5.365	5.050	4.220	4.770	5.690	6.050	6.285
Variación		3,5%	-5,9%	-16,4%	13,0%	19,3%	6,3%	3,9%

# Mercado de Telefonía básica



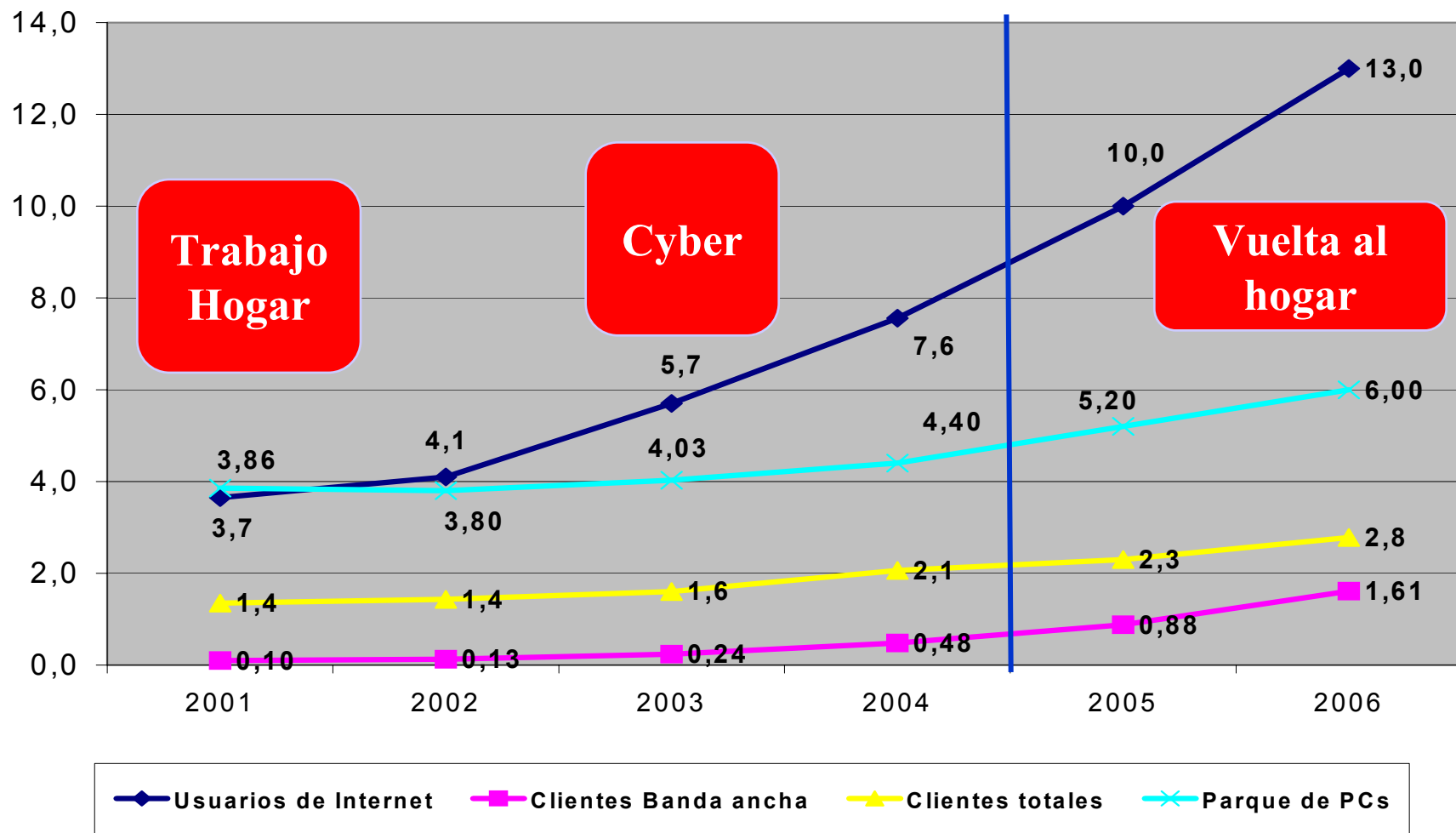
***Internet  
en Argentina***

---

# Adopción tecnológica en hogares

Concepto	Julio-06		Julio-07	
	Adopción	Cantidad (en millones)	Adopción	Cantidad (en millones)
Hogares totales		10,4		10,4
Hogares con teléfono fijo	60,6%	6,3	61,5%	6,4
Hogares con PC	31,7%	3,3	38,5%	4,0
Hogares con Internet	20,2%	2,1	25,0%	2,6
Hogares con banda ancha	8,7%	0,9	17,3%	1,8

# Accesos y usuarios de Internet en Argentina



---

# Perfil del usuario de Internet

# Antigüedad en el uso

---

Antigüedad en el uso de Internet	Total
Menos de un año	18,2%
Entre uno y dos años	16,2%
Entre dos y cuatro años	21,4%
Más de cuatro años	44,2%
Total	100,0%

Usuarios con  
más  
antigüedad y  
confianza en  
el medio

# Nivel socioeconómico

---

NSE	Argentina según AAM	Internet en Argentina
Alto	10%	50%
Medio	20%	37 %
Bajo y marginal	70%	13%
Total	100%	100%

# Lugar de acceso a Internet

---

<b>Hogar</b>	<b>46,5%</b>
<b>Lugar público</b>	<b>26,1%</b>
<b>Varios</b>	<b>20,8%</b>
<b>Trabajo</b>	<b>6,5%</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

**Casi 1/4 del total de usuarios (rápido, intuitivo y completo)**

# Lugar inicial de conexión

Lugares privados de acceso público	42,4%
Hogar	34,5%
Trab	2,5%
Univ	1,7%
Ns/N	1,0%
Total	100,0%

**Los NSE bajos son los que más tuvieron contacto inicial con los lugares privados de acceso público, mientras los altos en el hogar**

# Edad de usuarios

---

Hasta 18	24,7%
Entre 19 y 25	27,3%
Entre 26 y 35	16,1%
Entre 36 y 45	13,1%
Más de 45	15,8%
Ns/Nc	3,0%
Total	100,0%



**52% tiene menos de 25 años**

Edad promedio	29,1
---------------	------

# Uso de celulares

---

<b>Si</b>	<b>90,7%</b>
<b>No</b>	<b>9,3%</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

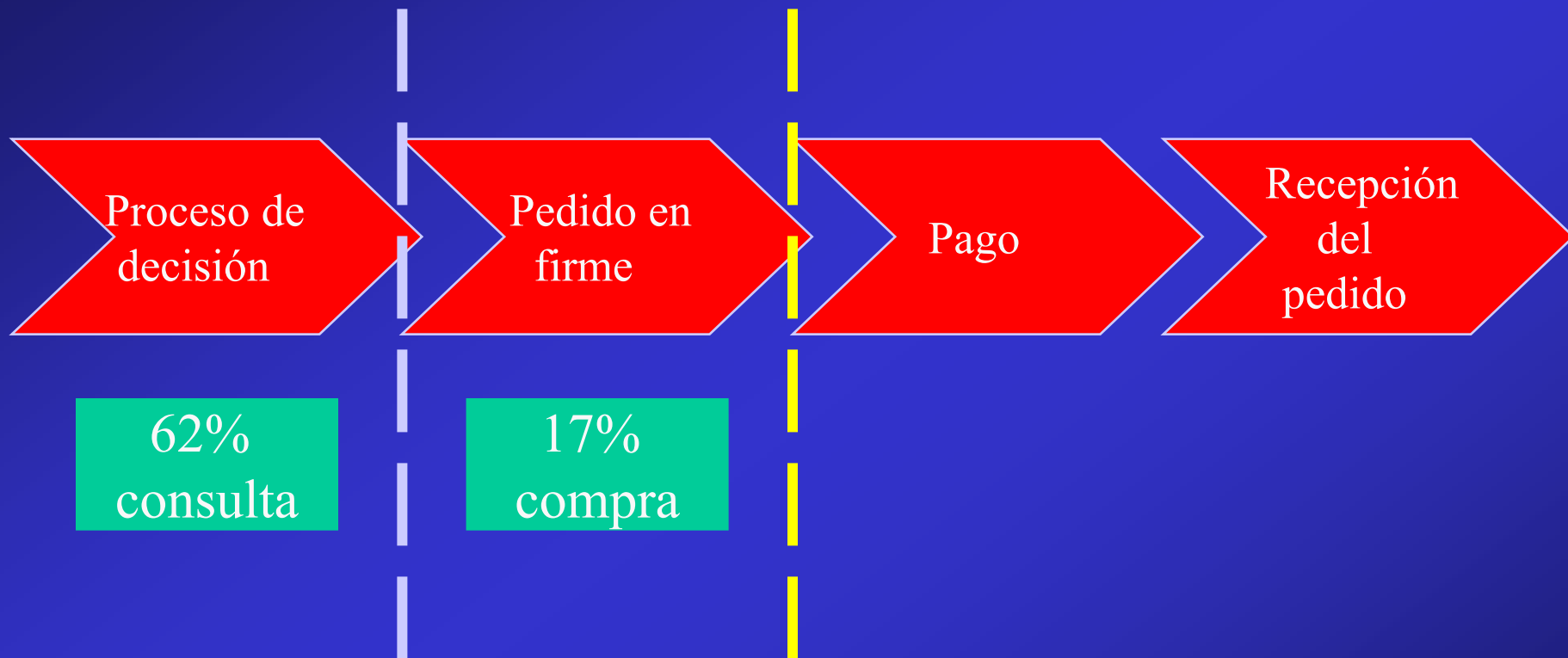
**Sólo el 17% utiliza Internet desde el celular. Concentrado en los menores de 35 años**

# Concentración en el uso de servicios y visita de sitios



# Compra on-line

---



# *Resumen usuarios de Internet*

---

- ❑ Mayor penetración de niveles medios y bajos
- ❑ Dejan de ser mayoritariamente universitarios
- ❑ Equilibrio entre ingresantes por sexo
- ❑ Ingreso de usuarios de edades extremas, si bien no se dieron grandes cambios en la edad promedio del usuario (29 años), se observa ingreso de adolescentes y mayores de 45 años.

# *Resumen usuarios de Internet*

---

- ❑ **Usuarios con menores conocimientos de informática e Internet**
- ❑ **Concentración de servicios utilizados por externalidad en red**
- ❑ **Perfiles de conexión bien diferenciados**
- ❑ **Alta utilización de Internet como canal de información antes de realizar compras.**
- ❑ **Montos de operaciones más altos, generan más compras aquellos que superan los 2 años navegando**
- ❑ **Maduración en los productos comprados**

# Hacia donde vamos

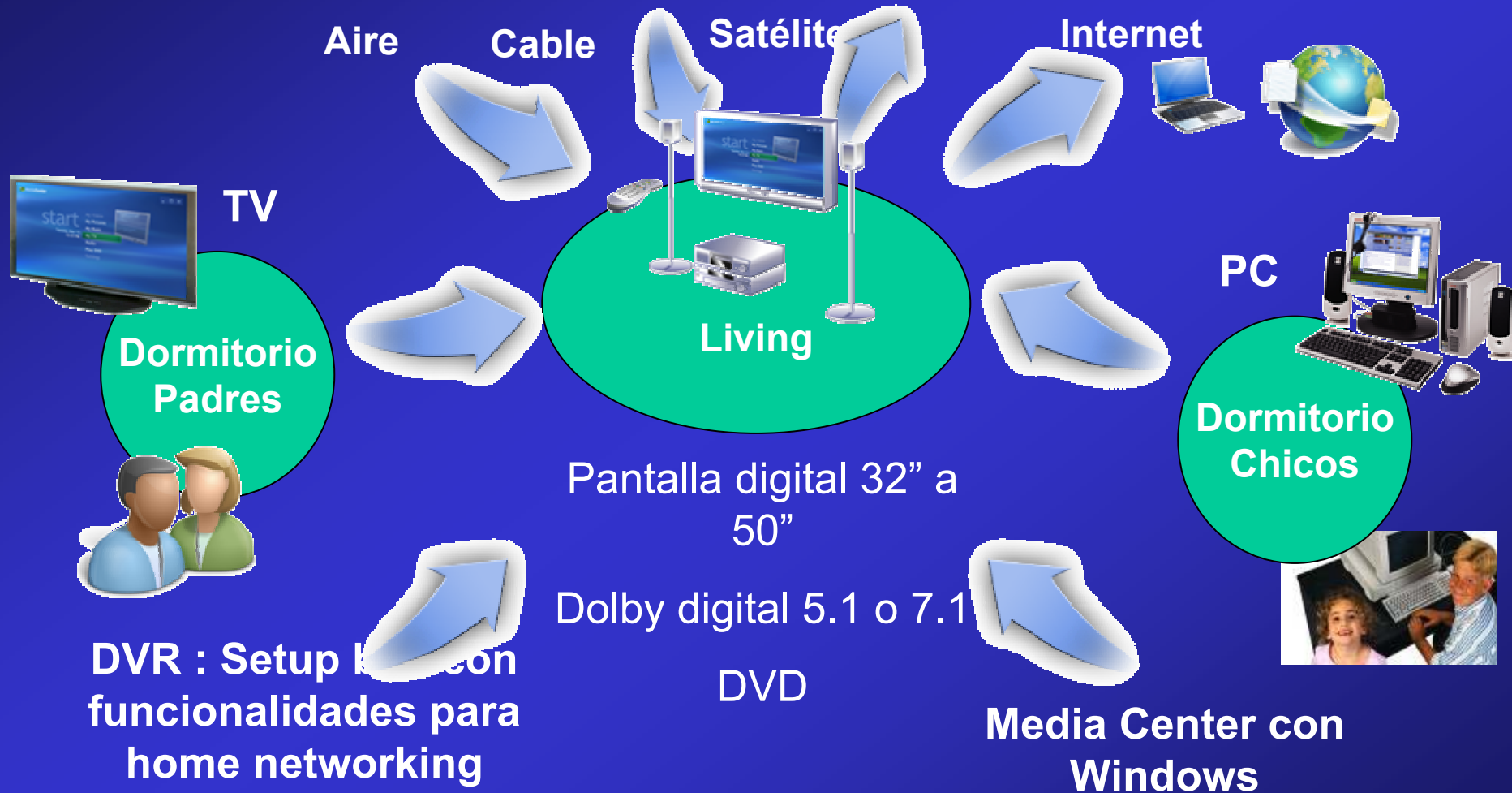


# Hogar digital

---

- ❑ **Convergencia de Dispositivos**
- ❑ **La TV se desplaza y se integra con la PC**
- ❑ **La pantalla evoluciona a más pulgadas y más tecnología**
- ❑ **El sonido evoluciona a 5.1 o 7.1**
- ❑ **La TV es interactiva integrada con la conexión de Internet**
- ❑ **Telefonía, música, video y fotografía: todo digital en múltiples dispositivos accediendo a un servidor central**
- ❑ **La industria del entretenimiento se integra con Internet**

# Hogar digital



---

# Triple play



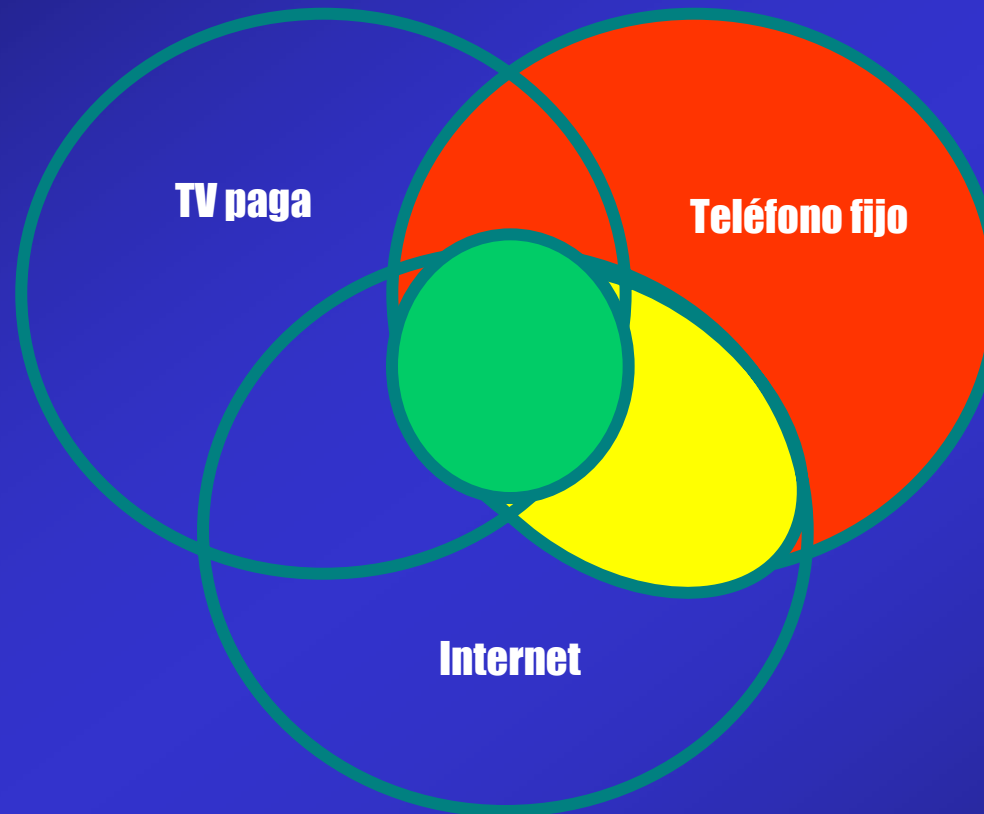
## ***Conocimiento y datos del último estudio (Jul-07)***

---

- El conocimiento de los hogares en cuanto a triple play como palabra del mercado es desconocida aún para los usuarios. No supera el 3% el conocimiento de la palabra y los servicios.**
- Sin embargo un 54% contrataría los servicios en forma unificada, si hubiera una oferta tentativa.**
- El principal motivo para que estos hogares cambien es el precio, la comodidad y la única factura**

# Una mejor aproximación – más alta propensión

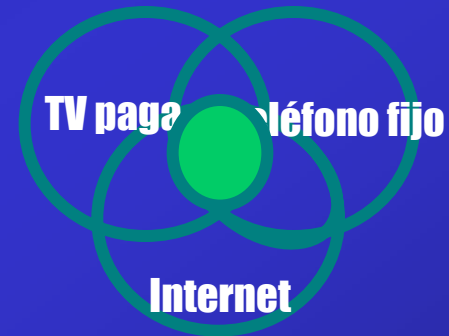
---



## ¿Cómo son los hogares que hoy tienen todos los servicios y mayor propensión a contratar triple play?

---

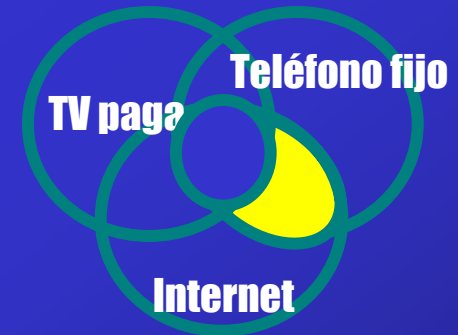
- ❑ Aproximadamente son 2,2 millones de hogares (21%)
- ❑ El 27% de estos hogares son ABC1 frente al 18% del promedio
- ❑ El 55% se encuentra en AMBA
- ❑ El 46% es early adopter de tecnología, o sea mayor propensión a la adopción de tecnología (DVD, Play, MP3, etc).
- ❑ Posee en promedio 3,4 personas por hogar
- ❑ Tiene la mayor influencia de los hijos mayores de 18 años
- ❑ Tiene la más alta proporción de notebooks
- ❑ Y estarían dispuestos a pagar la suma más alta por triple play (\$141)



## ¿Cómo son los hogares que hoy tienen Telefonía fija e Internet?

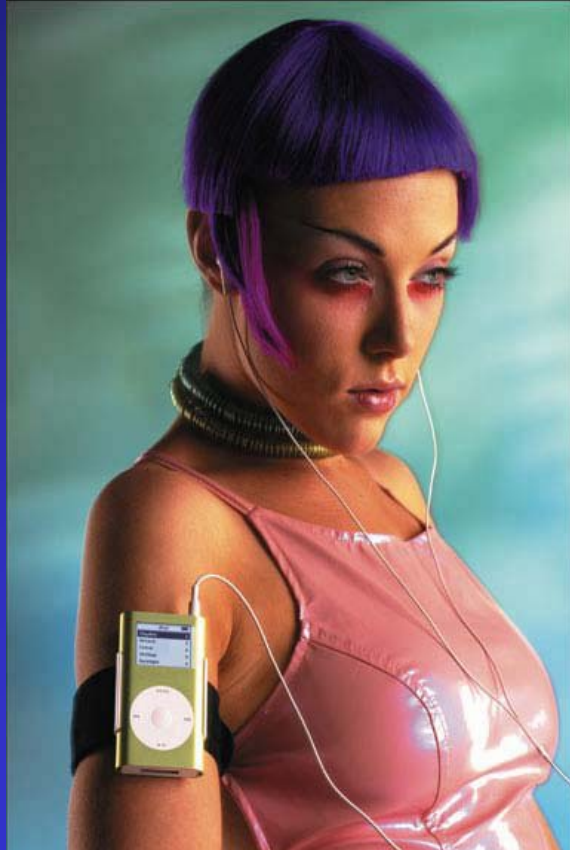
---

- Aproximadamente son 400 mil de hogares (4%)
- Más del 70% están en el Interior
- El 15% es early adopter de tecnología
- Posee en promedio 3,3 personas por hogar
- Tiene la segunda mayor influencia de los hijos mayores de 18 años
- Pero están dispuestos a pagar la suma más baja por triple play.  
(\$127)



# El próximo consumidor – generación del Ipod

---



# Conclusiones

---

- El mercado de telecomunicaciones es uno de los mercados que más creció en los últimos 4 años y se prevé que siga creciendo.
- Los dispositivos tecnológicos tienden a la convergencia haciéndose más diminutos, más rápidos y más baratos
- El triple play implica un cambio de mentalidad que hace que los segmentos más permeables sean aquellos que hoy poseen los tres servicios

Gracias



---

## Resumé Pablo G. Tedesco

Magíster en estrategia y geopolítica

Contador Público

Director Asociado de Prince & Cooke  
y Asoc. SA

Ex-consultor de Arthur Andersen

Profesor en temas de Sociedad del  
Conocimiento y Nueva Economía en  
UB, UTN y otras instituciones

[www.princecooke.com](http://www.princecooke.com)

[ptedesco@princecooke.com](mailto:ptedesco@princecooke.com)

