

Opinión

Telecomunicaciones



Director de TBI Unit – Consultora Internacional en Estrategia e Inteligencia Competitiva

POR PABLO TEDESCO

Conectividad y usuario móvil, las claves

El mercado de telecomunicaciones de la Argentina generó en 2013 \$ 77.000 millones, lo que marcó un crecimiento del 23 por ciento frente al año anterior. Los rubros que explican este crecimiento son, desde hace varios años, accesos a Internet y telefonía celular. El incremento fue del 26 y 25 por ciento respectivamente, medido en pesos.

Al hablar de Internet debemos descomponer esta variable en partes para un mejor análisis:

- **Accesos a banda ancha fija:** en los últimos siete años el crecimiento se multiplicó por casi cuatro, pasando de 1,6 millones conexiones en 2006 a 6,1 en 2013. Este crecimiento promedio fue del 22 por ciento anual, aunque si se analiza el último año el aumento porcentual fue del 8 por ciento, lo que lo hizo similar al de 2012. El límite que se planteaba en años anteriores sigue latente, mostrando un techo de crecimiento en el corto plazo, por parque de PCs y conexiones no existentes en lugares menos poblados.
- Con la tendencia cada vez más fuerte al usuario móvil y la adopción en nuestro país de smartphones más sofisticados, crece el uso de banda ancha móvil, que llega al 43 por ciento del parque en uso.
- La cantidad de usuarios de Internet en diferentes plataformas incluye al 67 por ciento de la población (27,2 millones de usuarios). A medida que utilizan el medio adquieren mayor experiencia y conocimiento (85 por ciento tiene más de cuatro años usando Internet), animándose a realizar más operaciones online, desde una PC o un móvil, y exigen su correlato desde las empresas con las que interactúan. El reto de las compañías es mantener el mismo estándar de atención a través de la multicanalidad que implican los canales presenciales, telefónicos, Internet desde una PC y/o móvil (smartphones o tablets).

El mercado de celulares, en tanto, adquiere año a año más relevancia en el mercado telco de la Argentina, habida cuenta que representó el 76 por ciento de la facturación del sector en 2013. Los desafíos que se plantean en telecomunicaciones para la Argentina son varios y pueden sintetizarse en:

- Para las empresas, en general se muestra un cambio del accionar de los clientes hacia la interacción con las plataformas online, entendiendo por esto a diferentes pasos como búsqueda de información, decisión online, compra, delivery o recepción, uso, ayuda o soporte e interacción con la comunidad. De nuestros relevamientos anuales seguimos observando que mercados con gran potencial, como seguros, medicina prepaga, viajes, telecomunicaciones y retail (incluso algunas empresas top argentinas), no han desarrollado este canal al nivel esperado por los usuarios o al nivel de firmas del exterior comparables. Como en años anteriores sigue destacándose el rubro bancario.
- **Móviles:** El mayor uso de planes de datos obliga a las compañías del sector a definir un plan de inversión con foco en mejorar sus redes para dar soporte y mejores servicios, en cuanto a cobertura y señal. Este punto debe estar afianzado por el Estado Nacional a través de las licitaciones y definiciones pendientes. Este aspecto ha generado un retraso frente a otros países de América latina.
- **Internet para las telcos:** Se vislumbra una desaceleración de crecimiento, en conexiones y usuarios, por PCs instaladas en hogares y oferta en determinadas ciudades, que no fue superado frente a lo que se indicaba en años anteriores. Queda pendiente el desafío de invertir en zonas menos pobladas, en busca de expandir la base de clientes y con ello poder aumentar la facturación y conexiones totales. ■

“LOS RUBROS QUE EXPLICAN EL CRECIMIENTO SON ACCESOS A INTERNET Y TELEFONÍA CELULAR”

MIT

EL VERDADERO PROBLEMA DE LA PRIVACIDAD EN INTERNET

Technology
Review
PUBLISHED BY MIT

INFORMATION

TECHNOLOGY

WWW.INFO TECHNOLOGY.COM

Los CIOs hablan de sus estrategias, inversiones y proyectos para este año. Cuáles son las tecnologías clave y los principales desafíos.

encuesta

2014

Presupuesto
Hardware
Software
Telcos
Movilidad
Estrategia
Recursos
Humanos



+ LA NUEVA BURBUJA

Las acciones de las tecnológicas no paran de crecer. ¿Qué tanto se parece a la era puntocom?

+ LA BRECHA GENERACIONAL

La generación Y comienza a tomar roles de liderazgo. Cómo impacta su llegada a la gestión.

+ CEBIT 2014

Big data, cibercrimen, movilidad y robótica fueron algunas de las estrellas en la feria de Hanóver.



TBI Unit - Estrategia e Inteligencia competitiva

+54-11-4776-8529

info@tbiunit.com

www.tbiunit.com

TBI Unit es una consultora dedicada a la estrategia de negocios y la inteligencia competitiva a nivel internacional. Su conocimiento y experiencia permite brindar a los clientes la información justa en el momento oportuno para una mejor toma de decisiones.

Visite nuestro blog de análisis - [TBI News](#)

o nuestro [Twitter](#).

Hacete fan de TBI Unit en [Facebook](#) o en [Google+](#)