

CÁMARA ARGENTINA DE INTERNET - CABASE

WWW.CABASE.ORG.AR

CABASE Internet Index Estado de Internet en Argentina y la Región Segundo Semestre 2019

SOBRE LA CÁMARA ARGENTINA DE INTERNET - CABASE

Fundada en 1989, CABASE es la cámara que reúne a las empresas proveedoras de Servicios de Acceso a Internet, Telefonía, Soluciones de Datacenter y Contenidos Online, entre otras. Sus asociados están presentes en las 500 ciudades más importantes del país brindando servicios de banda ancha a más de dos millones y medio de clientes y generando empleo directo para más de 25.000 personas.

En el ámbito internacional, CABASE es socia fundadora de eCOM-LAC (Federación Latinoamericana y del Caribe para Internet y el Comercio Electrónico), LAC-ISP (Federación de Asociaciones y Cámaras de Proveedores de Internet de América Latina y el Caribe), LACNIC (Latin America & Caribbean Network Information Centre) y LAC-IX (Latin American and Caribbean

Internet Exchange Association). Además, mantiene una participación permanente y activa en los principales organismos y foros internacionales relacionados con Internet y las TIC, tales como ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), ITU (International Telecommunications Union), el Foro de Gobernanza de Internet y la Alianza Internacional de ISP.

CABASE alberga una red de Puntos de Intercambio de Internet (en inglés IXP, Internet Exchange Points). En Buenos Aires se encuentra el primer IXP Nacional, que constituye el punto de intercambio de tráfico nacional de Internet, y fue la primera iniciativa de este tipo en América Latina.

SOBRE EL REPORTE

El CABASE Internet Index condensa, con fuentes propias de la Cámara Argentina de Internet - CABASE- y de terceros, el estado de la conectividad y los servicios de internet, principalmente fijos y en Argentina, pero considerando también el escenario regional. Los temas abordados en esta edición son:

- Internet Fija en América Latina
- Internet Fija en Argentina
- Tecnologías de acceso en Argentina durante los últimos cuatro años
- Cantidad de accesos en cada región argentina
- Rangos de velocidades de acceso
- Evolución del tráfico de Internet en nuestro país
- Estructura de los mercados de Internet, TV Paga y Telefonía Móvil en Argentina
- Paquetización de servicios de conectividad y contenidos en los hogares
- Consumo de contenidos online
- Hub de contenidos CABASE
- OTTs en Argentina

Tabla de contenidos

CABASE Internet Index | Estado de Internet en Argentina y la Región

Internet Fija en América Latina	Página 3
Internet Fija en la Argentina	Página 4
Tecnologías de acceso en Argentina	Página 5
Evolución 2015/2019 de los accesos a Internet Fija en Argentina, por región	Página 6
Evolución 2015/2019 de las velocidades de acceso en Argentina	Página 7
Tráfico en Internet en Argentina	Página 8
Oferta de Internet, TV Paga y Telefonía Móvil en Argentina. Paquetización	Página 9
Consumo de contenidos online en nuestro país	Página 10
Hub de Contenidos CABASE	Página 10
OTTs en Argentina. Oferta y demanda	Página 11

METODOLOGÍAS

La producción del reporte fue llevada adelante por BB (www.bb.vision), bajo supervisión de la Cámara Argentina de Internet -CABASE-.

Las fuentes de datos secundarios están detalladas en aquellas secciones que los usan.

CONTACTOS

Ante cualquier consulta sobre el reporte, puede contactarse con la Cámara Argentina de Internet -CABASE- vía email a info@cabase.org.ar, o vía telefónica al (+54 11) 5263-7456

Contacto de Prensa: Adrián González Aón, ID_Comm [Identidad + Comunicación], adrianga@idcomm.com.ar, Cel.: (+54 9 11) 5328-6104, Tel.: (+54 11) 4371-6862

Internet Fija en América Latina

Penetración en los principales países



La conectividad fija en los hogares de América Latina creció un 5,4%

Según BB y considerando los 8 principales países de la región, la cantidad de hogares con acceso a Internet fija creció un 5,4% entre 2018 y 2019.

El cálculo de la variación se realizó ponderando cada país de acuerdo a su cantidad de hogares. Asimismo, el mapa no ilustra a todos los países que componen la región, ni tampoco considera los accesos comerciales a Internet fija.

% de Hogares con acceso a Internet Fija

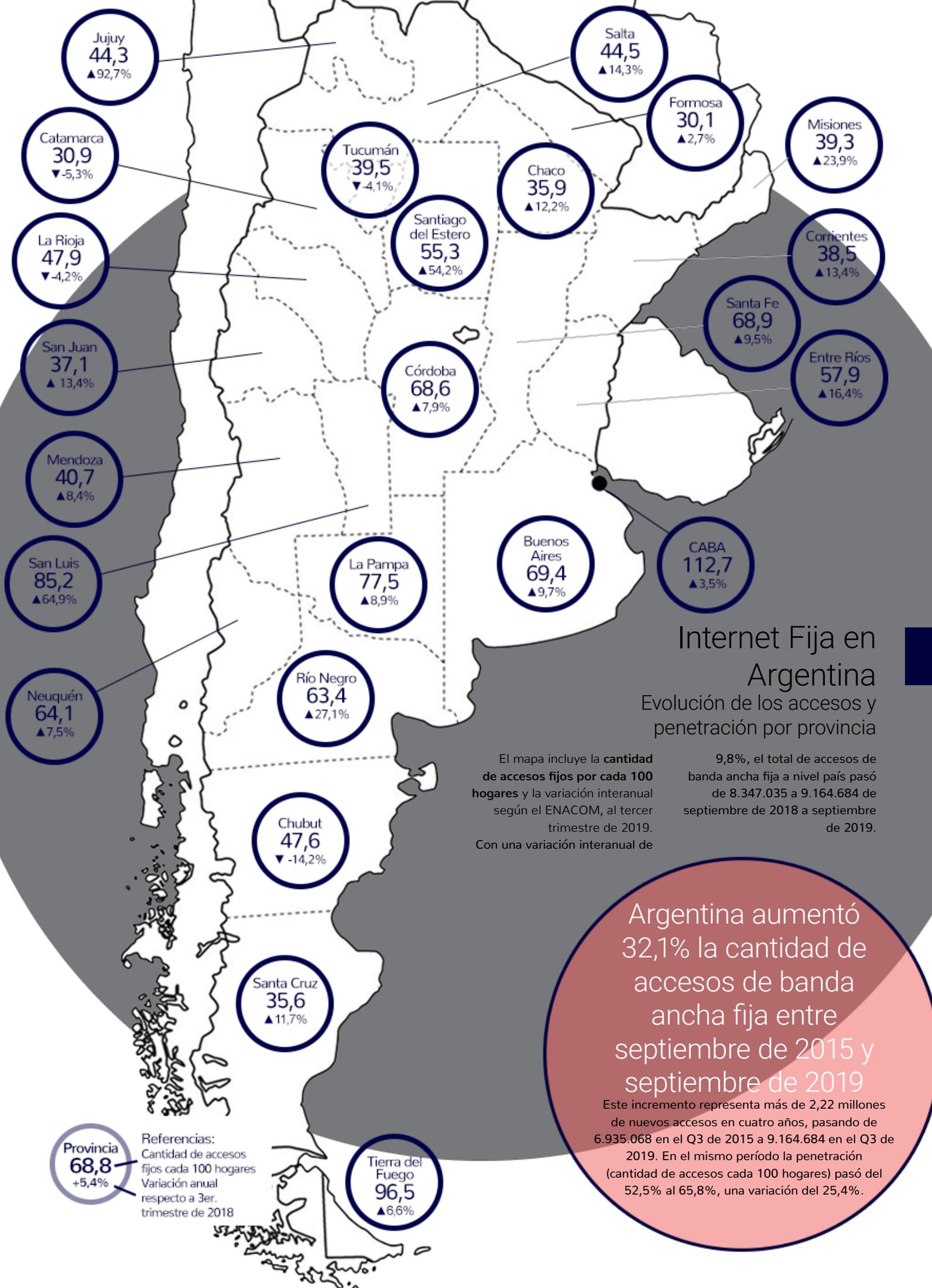
48,1%

País

▲6%

Variación interanual respecto de 2018

Fuente: BB 2Q 2019

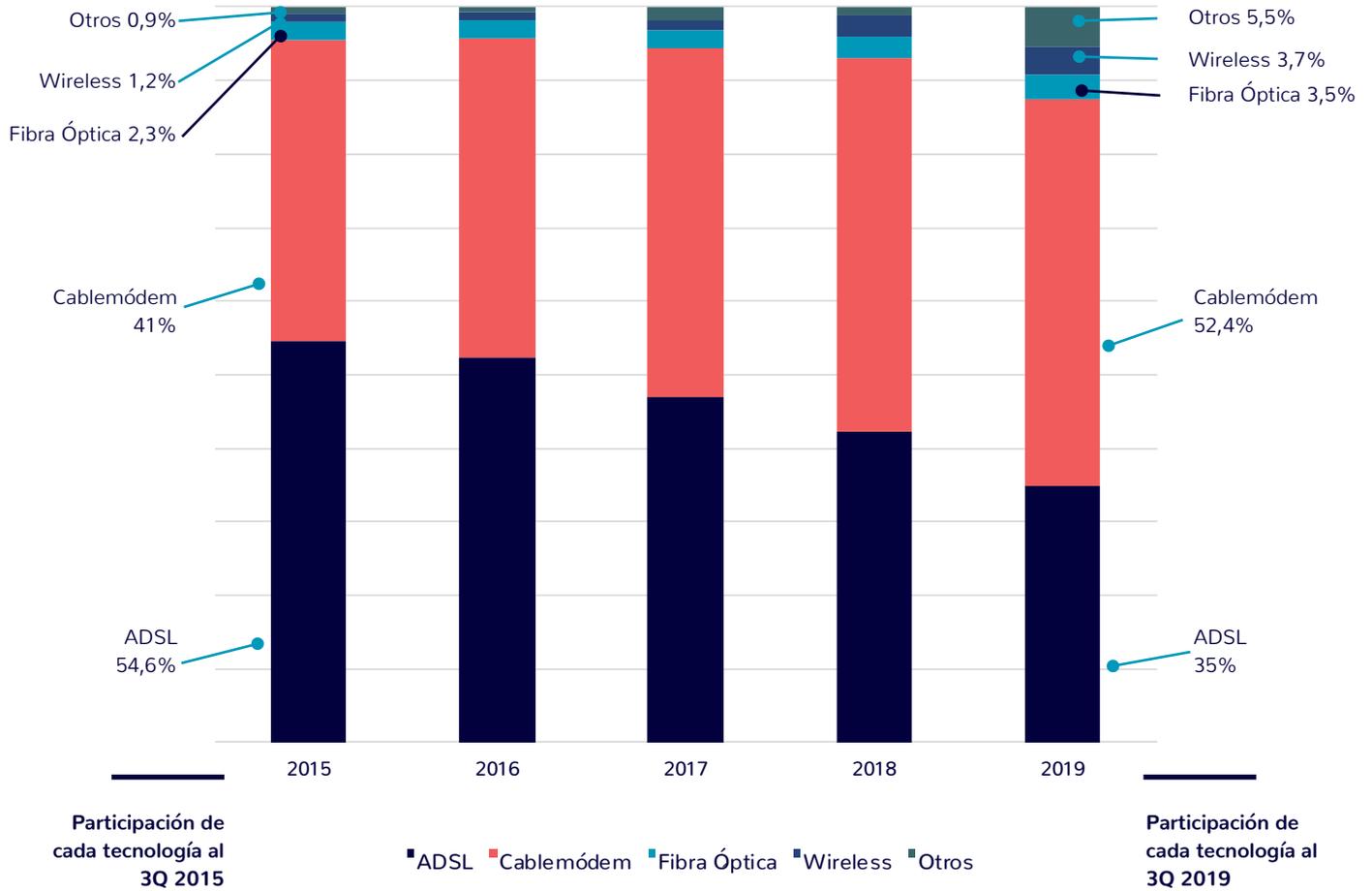


Tecnologías de acceso a Internet en Argentina

¿Cómo fue su evolución en los últimos cuatro años? ¿Qué pasó con el FTTH?

Se presenta aquí la evolución de las distintas tecnologías de acceso a banda ancha fija entre el 3Q de 2015 y el mismo período de 2019, según la información disponible del ENACOM. Como era de esperar, el ADSL fue perdiendo participación a favor de opciones de conexión con mayor capacidad de transporte, como el cablemódem y un poco más acá en el tiempo, la fibra óptica, la opción favorita de los ISPs

como tecnología de upgrade de red, y por tanto, la de mayor tasa de crecimiento. Esta tendencia se acentuará aún más en adelante, y su ritmo de evolución estará condicionado mayormente por las condiciones de la macroeconomía argentina, que incide fuertemente en las inversiones en telecomunicaciones.



Tasas de crecimiento de las tecnologías

¿Cómo evolucionó cada tecnología entre 2015 y 2019?

Más allá de la evolución de la participación de cada tecnología en el total de conexiones, se destaca el crecimiento que evidenciaron los accesos wireless y por fibra óptica entre el Q3 de 2015 y el mismo período de 2019, aunque ambos partiendo de valores muy bajos. Por otro lado, los accesos sobre cablemódem, que significan el 52,4% del

total de conexiones, tuvieron un crecimiento del 69% entre 2015 y 2019, pasando de 2,84 a 4,8 millones de accesos: una performance destacable tomando en cuenta que se trata de una tecnología madura. Fuente: ENACOM 3Q 2019

300%
WIRELESS

-15%
ADSL

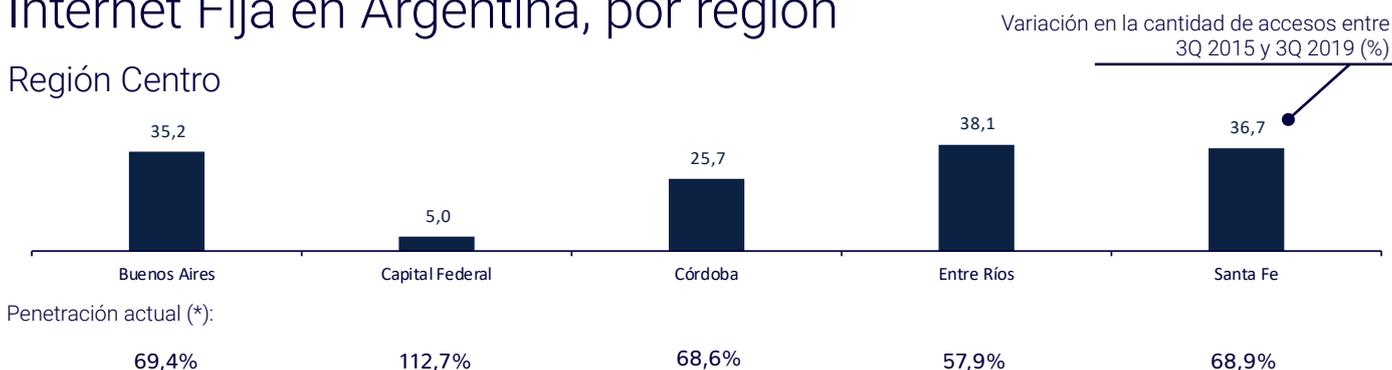
69%
CABLEMÓDEM

96%
FTTH

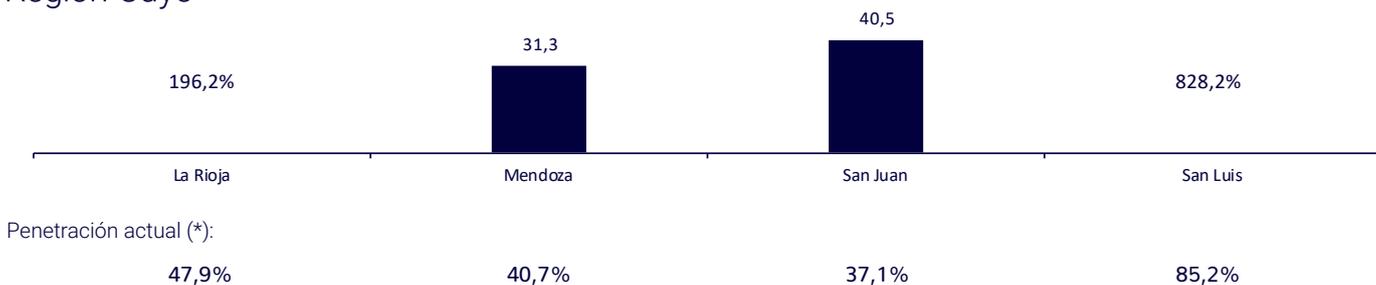


Evolución 2015/2019 de los accesos a Internet Fija en Argentina, por región

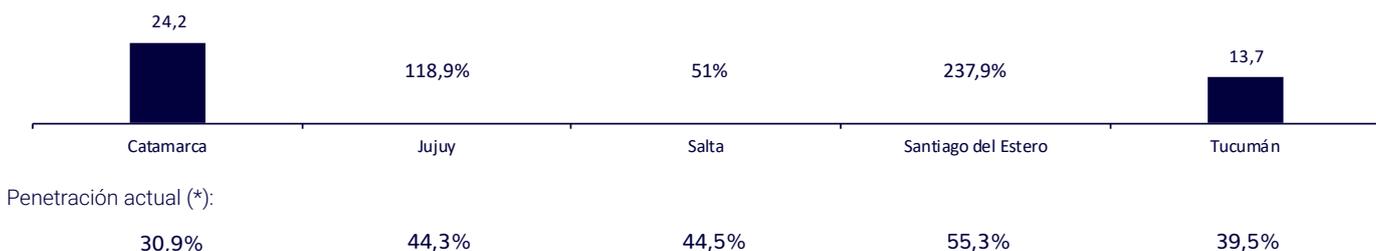
Región Centro



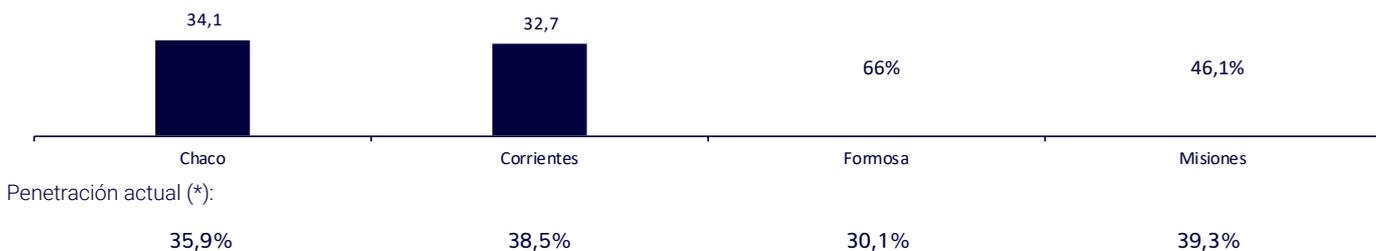
Región Cuyo



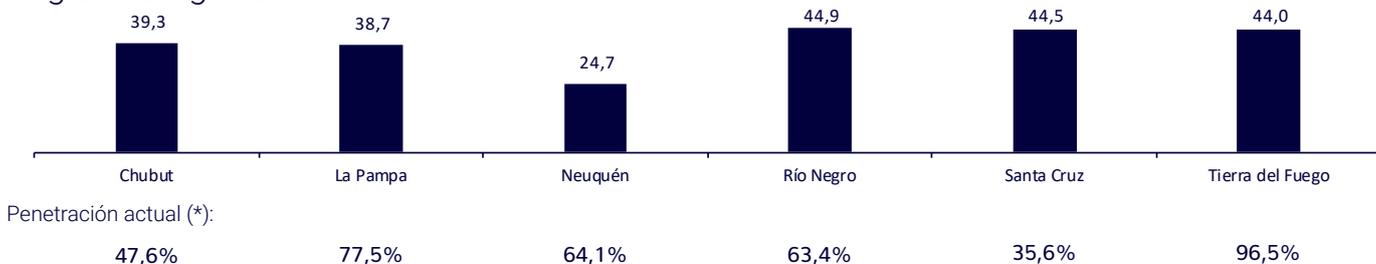
Región NOA



Región NEA



Región Patagonia

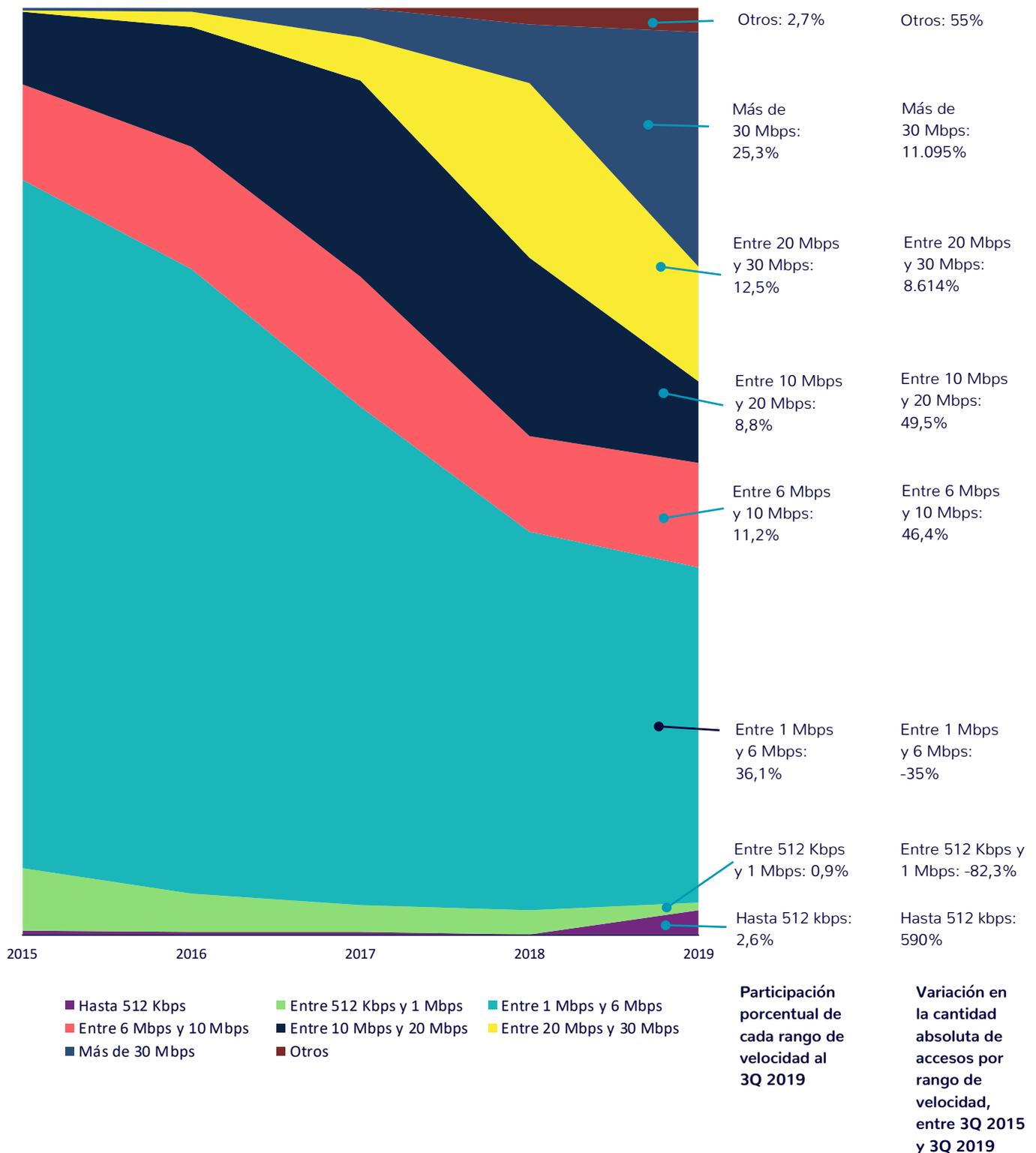


Nos propusimos en esta página analizar lo que pasó en los últimos cuatro años en materia de acceso a la banda ancha fija en las diferentes provincias de nuestro país. En los gráficos de barras se muestran las variaciones porcentuales en la cantidad de accesos desde el 3Q de 2015 hasta el 3Q de 2019, mientras que los datos debajo del nombre de cada provincia (indicados con *) son los últimos datos disponibles de penetración según ENACOM al 3Q del presente año.

Todas las provincias crecieron en sus niveles de penetración y algunas de ellas en niveles notables, especialmente aquellas que parten de niveles de penetración muy bajos respecto de la media del país. A pesar del crecimiento, los resultados siguen dando cuenta de una importante disparidad en los niveles de penetración, en el que se destaca que mientras la ciudad de Buenos Aires tiene más conexiones que hogares, aún hay 13 provincias con niveles de penetración por debajo del 50% y 8 de ellas por debajo del 40%.

Evolución 2015/2019 de los rangos de velocidades de acceso en Argentina

¿Cuáles fueron las velocidades que más crecieron?



Acompañando la evolución de las tecnologías de acceso en los últimos cuatro años, los rangos de velocidades de conexión fueron creciendo, cambiando el mix de participación sobre el total de conexiones. A mediados de 2015, el mercado estaba dominado casi en su totalidad por velocidades que iban de 1 a 6 Mbps. A septiembre

de este año, las velocidades superiores a 6 Mbps se consolidan en franco crecimiento y ya significan el 60,4% del total, mientras que las que están por debajo de ese valor tienden a la baja año a año y actualmente no llegan al 40% del total de conexiones. Fuente: ENACOM 3Q 2019

Evolución del tráfico de Internet

El consumo de video y contenidos multimedia sigue siendo el favorito de los usuarios y continúa empujando el crecimiento del tráfico de datos en la Red. En el período que muestra el gráfico, julio de 2011 a octubre de 2019, el tráfico cursado en la Red Nacional de 30 Puntos Regionales de Interconexión de Internet (IXP) se multiplicó más de 320 veces. Dentro del período destacado de los últimos cuatro años, el tráfico pasó de 55 Gbps a 500 Gbps. Luego de haber pasado períodos de crecimiento exponenciales, la evolución del tráfico en los últimos dos años sigue mostrando una tendencia clara al alza, pero ya no con los niveles precedentes, producto de un mejor uso de los recursos de la red y la optimización del tráfico local a través de las CDNs y cachés que disponibilizan los contenidos lo más cerca posible de donde serán consumidos por los usuarios.

500 Gbps sostenidos en octubre 2019

8000%

CRECIMIENTO DEL TRAFICO ENTRE OCTUBRE 2015 Y OCTUBRE 2019

jul.-11 oct.-11 ene.-12 abr.-12 jul.-12 oct.-12 ene.-13 abr.-13 jul.-13 oct.-13 ene.-14 abr.-14 jul.-14 oct.-14 ene.-15 abr.-15 jul.-15 oct.-15 ene.-16 abr.-16 jul.-16 oct.-16 ene.-17 abr.-17 jul.-17 oct.-17 ene.-18 abr.-18 jul.-18 oct.-18 ene.-19 abr.-19 jul.-19 oct.-19

Estructura de los mercados de Internet, TV Paga y Telefonía Móvil en Argentina

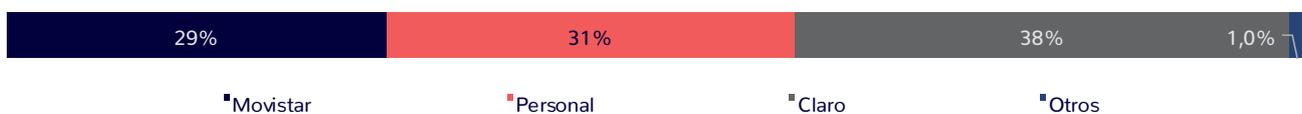
TV Paga



Banda Ancha



Telefonía Móvil



El gráfico precedente ilustra la conformación de los mercados de TV paga, banda ancha y telefonía móvil en términos de participación empresaria. Si bien en los servicios de banda ancha es donde se da el mayor grado de concentración, merced al peso relativo del Grupo Clarín (Telecom/Cablevisión/Personal), que tiene una participación del 46% sobre el total del mercado, como se puede apreciar, existe un alto grado de concentración en los tres verticales. Al analizar este escenario competitivo a partir del proceso de convergencia de servicios, surge que consolidando los tres segmentos, el jugador

dominante tiene un claro liderazgo en servicios de TV paga con 7 puntos de share por encima del segundo, una abrumadora diferencia de 29 puntos de participación por sobre su seguidor en banda ancha, y en telefonía móvil, con 31% del share, detenta el segundo lugar a solo 7 puntos del líder del segmento.

Los datos de telefonía móvil son de elaboración propia de BB sobre datos de la GSMA; los de banda ancha y TV paga, sobre muestras con paneles fijos y móviles. Todo a 2Q 2019.

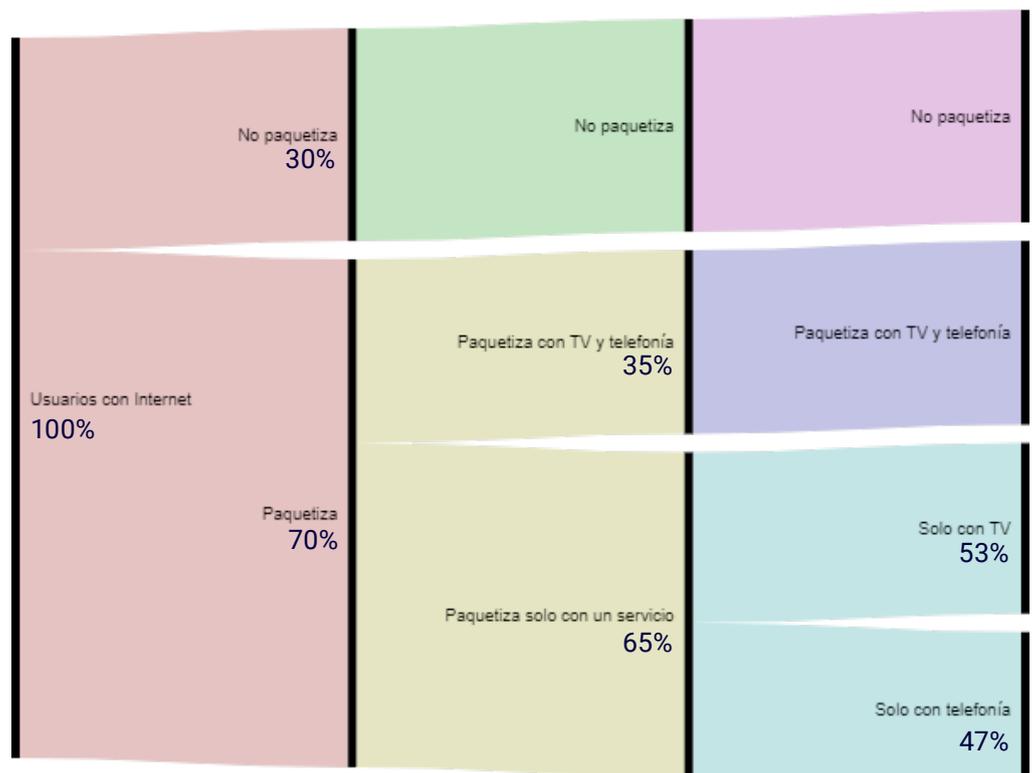
Contratación simultánea de TV paga, Internet Fija y Telefonía

¿Cómo se arman los “combos” de servicios en los hogares?

Sobre una muestra a nivel nacional de 1.200 hogares con banda ancha fija, el gráfico de la derecha muestra qué parte de esos hogares compra más de un servicio a un mismo proveedor o grupo empresario.

Una amplia mayoría (70%) de los hogares del país compra el servicio de banda ancha junto con otro servicio del mismo proveedor (lo ‘paquetiza’). Y de aquellos que compran en combo, el 65% lo hace con un solo servicio, sea TV o telefonía fija (consideramos también como telefonía fija aquellos proveedores que ofrecen una línea digital sobre Internet), repartidos en cerca de la mitad en uno y otro caso.

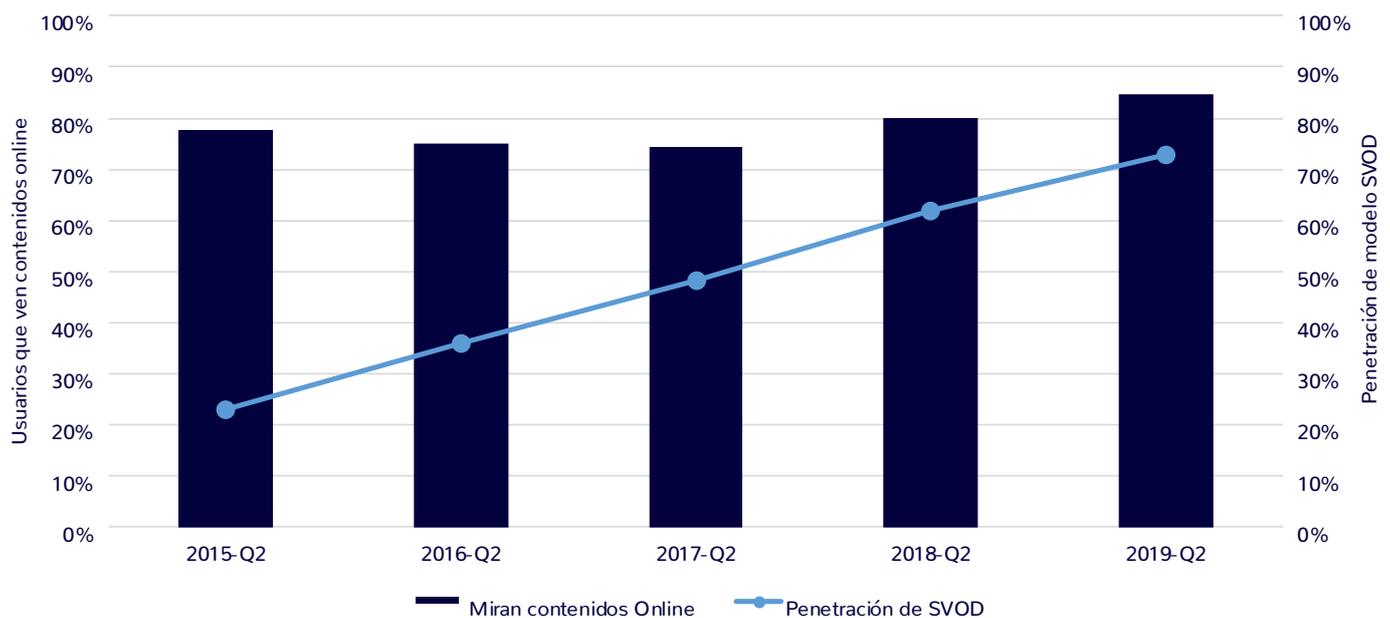
El resto (35%) son aquellos que contratan un combo de triple play, es decir que paquetizan su servicio de banda ancha simultáneamente con TV paga y telefonía fija.



Fuente: BB, al 2Q 2019.

Consumo de contenidos online en hogares con Internet Fija

Evolución del consumo de películas y series online y de la penetración de SVOD



El gráfico por sobre estas líneas muestra cómo evolucionó desde junio de 2015 el consumo de películas y series de forma online y la curva de adopción del modelo de suscripción, que pasó de una penetración menor a 25% a una de más del 70% en apenas cuatro años, consolidando este modelo de monetización de los OTT como

el favorito. Esta escalada del modelo de SVOD (Subscription Video on Demand) se explica principalmente por la creciente popularización de Netflix a nivel local como proveedor on-demand de contenidos. Estas cifras están calculadas en base a una muestra a nivel nacional de 1.200 hogares con Internet fija. Fuente: BB, al 2Q 2019.



Ariel Graizer

Presidente de la Cámara Argentina de Internet -CABASE-

La convergencia digital de contenidos y servicios de telecomunicaciones que viene consolidándose en el mercado argentino es el principal driver que moviliza a nuestros asociados para invertir en nuevos servicios y en la infraestructura que requieren esos nuevos servicios.

Estamos convencidos que el camino para crecer pasa por la posibilidad de ofrecer servicios paquetizados de Internet, telefonía y televisión, para competir con los grandes operadores en un pie de igualdad.

Con la misma lógica con la que hemos creado la mayor red de interconexión de tráfico del

país que hoy tiene 30 nodos, hoy estamos impulsando este Hub de Contenidos, para que pequeños y medianos operadores, tanto privados como cooperativas, estén en iguales condiciones de competencia con quienes tienen hoy la posibilidad de integrar servicios en una oferta de triple o cuádruple play.

Así, a través de esta plataforma colaborativa mayorista de contenidos y entretenimiento que lleva adelante CABASE, un gran número de asociados que hoy sólo provee servicios de internet y de telefonía, puede sumar una oferta de TV competitiva que combina lo mejor de la televisión con la interactividad de internet.

HUB de Contenidos CABASE

Plataforma mayorista y colaborativa de contenidos, entretenimiento y TV

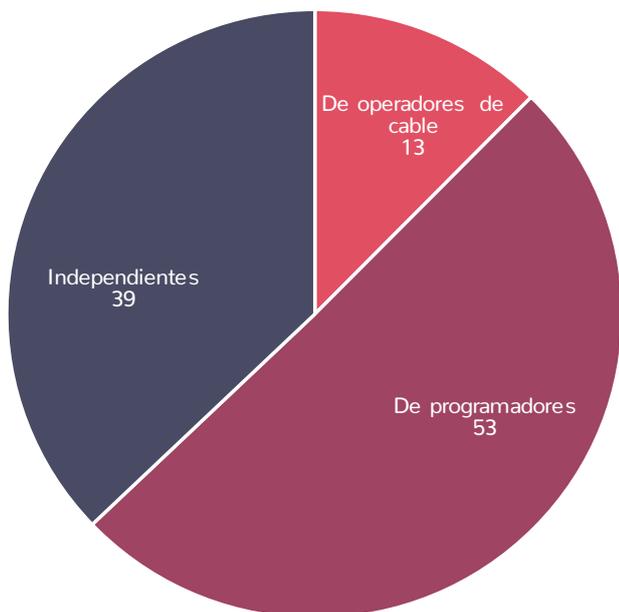
El Hub de Contenidos de CABASE nace con el objetivo de hacer posible que los ISP y cooperativas de todo el país, en especial los medianos y chicos, puedan competir en el mercado con ofertas de paquete, integrando la opción de entretenimiento y contenidos de TV a su oferta de servicios.

En una primera etapa de lanzamiento, esta iniciativa de CABASE ha logrado cerrar acuerdos con los proveedores de contenido más importantes, lo que permitirá que los cerca de 45 socios de la cámara que ya se han sumado al Hub de Contenidos puedan armar sus propuestas de entretenimiento y TV con más de 40 señales, entre las que se encuentran los principales canales de películas y series, TV en vivo, infantiles, noticias, deportes, música, documentales y variedades.

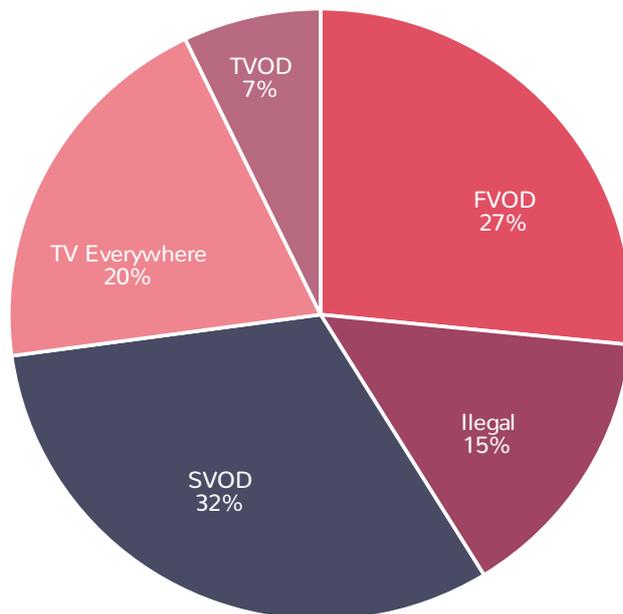
OTTs en Argentina

Clasificación, market share y modelos de negocio

De acuerdo al origen de la plataforma (oferta)



De acuerdo al modelo de negocio (niveles de contratación)



De acuerdo al origen de la plataforma OTT, se las puede encuadrar bajo tres categorías: las que pertenecen a programadores (es decir, a los dueños de señales de TV), las que pertenecen a operadores de cable y, finalmente, las que no entran en ninguna de las dos categorías anteriores, llamadas 'independientes', segmento en el que se destacan Netflix, Amazon Prime Video y Disney+, entre otras.

En Argentina el mercado tiene una mayor oferta de plataformas de los programadores (53 OTTs). En este sentido, cabe recordar que para poder acceder a las OTT de los programadores, la amplia mayoría de ellas requiere ser cliente de un servicio de TV paga, en lo que se conoce como comercialización 'TV Everywhere'.

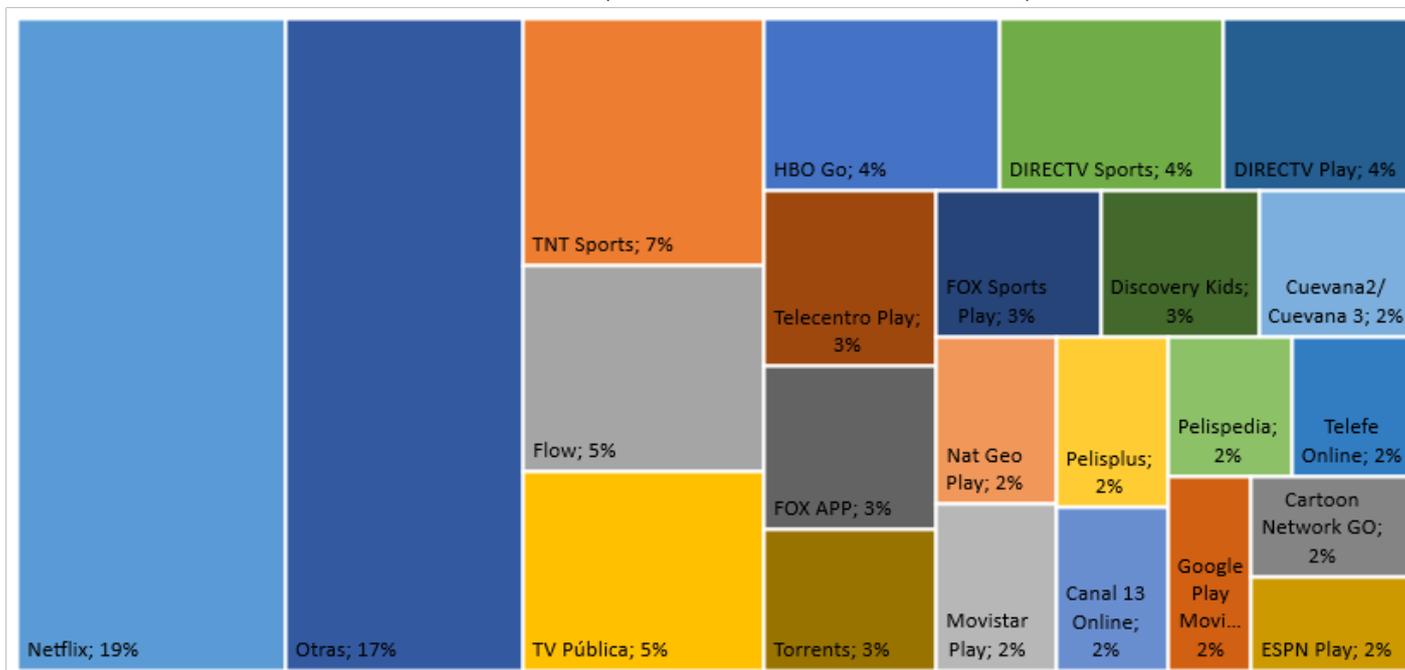
Por otra parte, se puede caracterizar a las plataformas también según su modelo de monetización, como SVOD (suscripción), FVOD (gratuitas) y TVOD (transaccionales, en las que se alquilan los

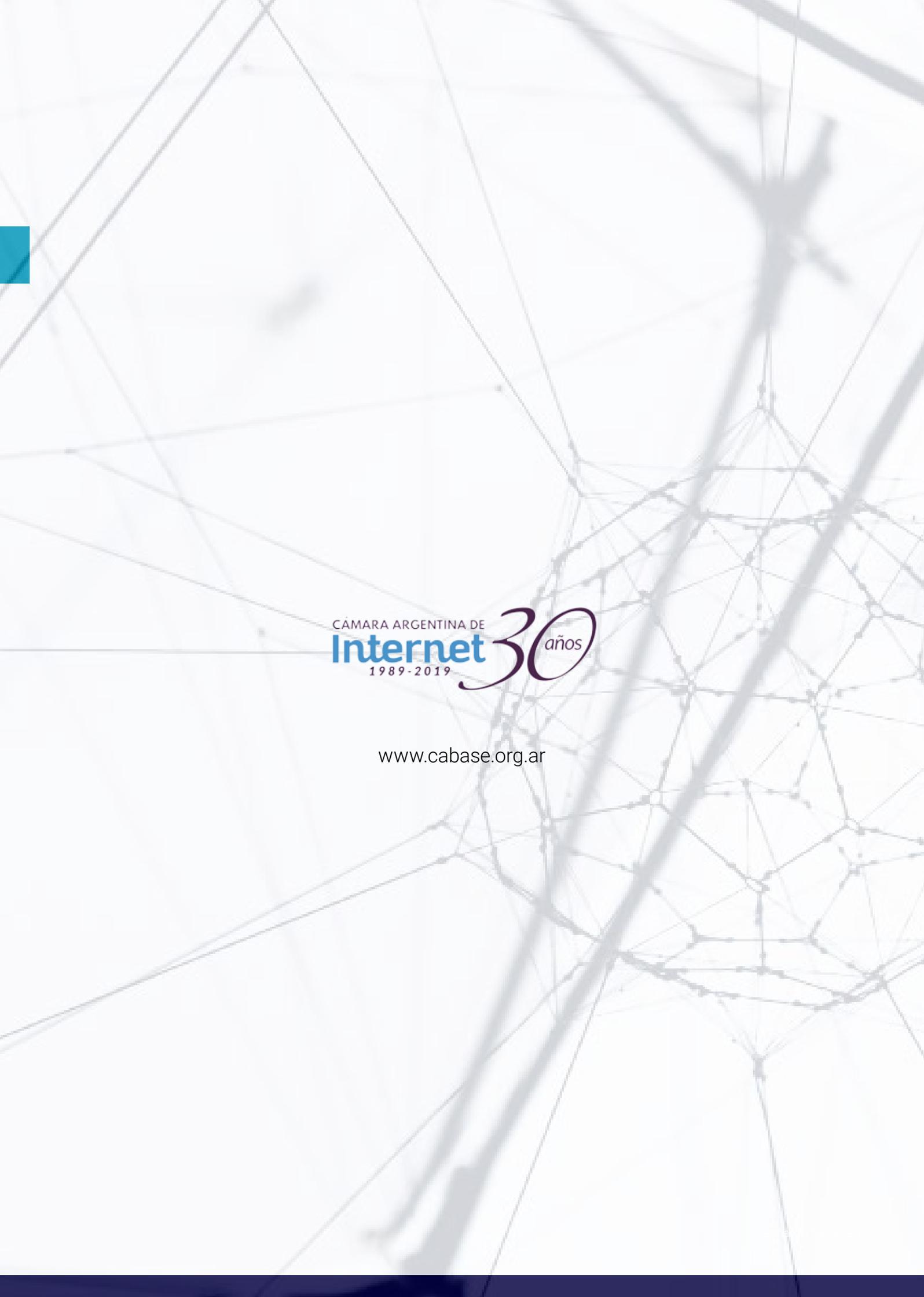
contenidos de manera individual). Lo que mostramos sobre estas líneas son los modelos más usados por los encuestados, considerando incluso que una misma persona puede usar más de un tipo de plataforma.

Siguiendo también con los niveles de uso, pero abriendo esta vez por plataforma, el gráfico que se muestra abajo ilustra la participación de mercado que tienen las principales ofertas de OTT en el país, dando idea de la alta fragmentación que existe. Netflix se destaca como actor principal y luego le siguen más de una docena de OTT que ocupan porciones menores. Es relevante destacar que Youtube no se considera dentro de este análisis, dado que ofrece mayormente contenido subido por sus usuarios.

Fuente: BB 3Q 2019, según estudio de oferta y estudio de demanda, este último sobre paneles fijos.

Por market share (todos los modelos de monetización)





CÁMARA ARGENTINA DE
Internet 30 años
1989-2019

www.cabase.org.ar