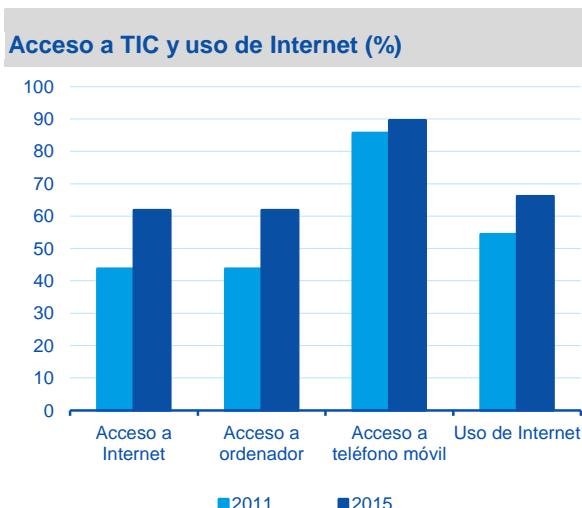


2. Desde el lado de la demanda

El 62 por ciento de los hogares argentinos disponía de acceso a Internet en el año 2015, lo que supone un aumento de aproximadamente un 40 por ciento entre los años 2011 y 2015. En cuanto al uso de Internet, alrededor del 66 por ciento de los argentinos lo utiliza. Tanto en 2011 como en 2015, el uso se encuentra por encima del acceso, lo cual indica que los individuos hacen uso de Internet fuera del hogar (véase el Gráfico 2). Respecto a la disponibilidad de ordenador y móvil en los hogares, la tenencia de los mismos se encontraba en niveles muy dispares tanto en el año 2011 (44 por ciento y 86 por ciento respectivamente) como en el año 2015 (62 por ciento y 90 por ciento respectivamente), aunque la brecha entre ambos se ha reducido prácticamente a la mitad en este periodo.

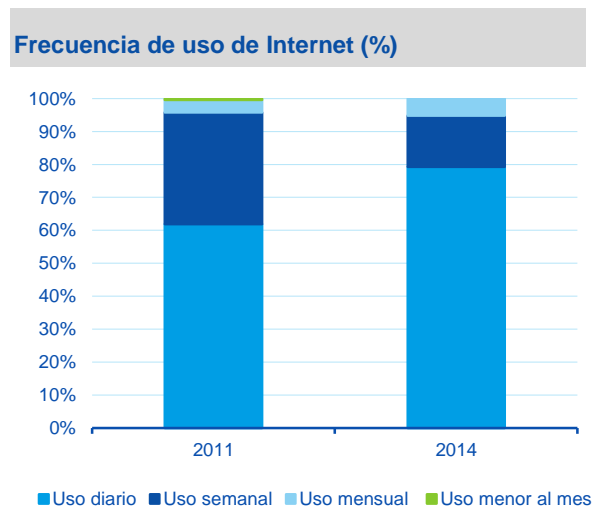
En el Gráfico 3 se representa la frecuencia con la que los individuos hacen uso de Internet en los años 2011 y 2014, diferenciando entre uso diario, semanal y mensual. Cabe señalar que la mayoría de individuos utilizan Internet de forma diaria, con una proporción cercana al 80 por ciento en el año 2014. Por el contrario, la proporción de usuarios que acceden semanalmente a Internet se ha reducido a prácticamente la mitad, situándose por encima del 16 por ciento en 2014. Asimismo, mientras en 2011 un 0,5 por ciento de individuos utilizaban Internet con una frecuencia menor al mes, en 2014 ningún individuo lo hace con frecuencia menor a la mensual. Por regiones, la Patagonia, La Pampa y Buenos Aires lideran la lista en cuanto a porcentaje de internautas, donde en la primera de estas alrededor del 75 por ciento de la población usaba Internet en el año 2014. Por el contrario, la región Noroeste queda rezagada respecto a la media nacional, con una proporción del 48 por ciento. Las regiones de Litoral y de Cuyo se encuentran aproximadamente sobre la media nacional, por encima del 63 por ciento de internautas en ambos casos.

Gráfico 2



Fuente: BBVA Research a través de la encuesta ENTIC del INDEC

Gráfico 3



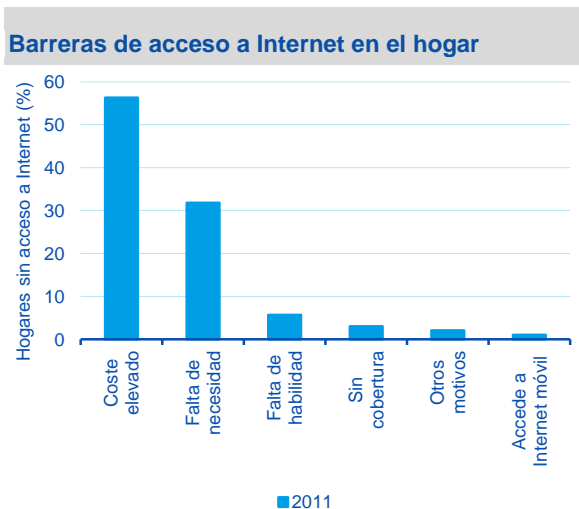
Fuente: BBVA Research a través de la encuesta ENTIC del INDEC

Pese al rápido crecimiento del acceso a Internet, en torno al 40 por ciento de los hogares en Argentina carecen de este debido a varios problemas, percibidos como barreras de acceso. La importancia de estas barreras varía en el tiempo a medida que nuevos hogares se incorporan al entorno TIC.

En este contexto, cabe señalar que la percepción de una determinada barrera es exclusiva de uno de los individuos que reside en cada hogar encuestado, siendo considerado como el representante del hogar en su conjunto.

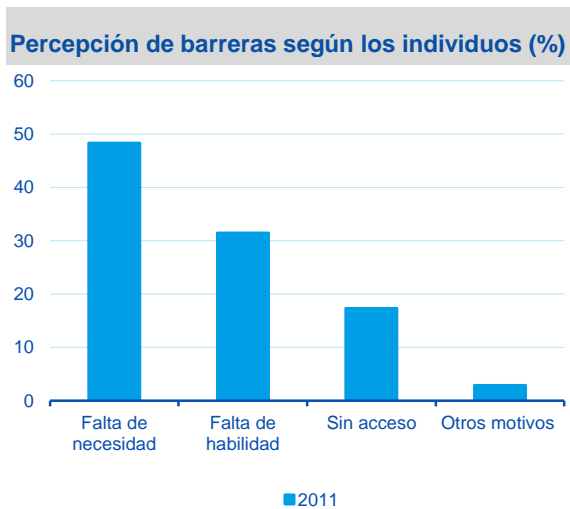
Como se puede observar en el Gráfico 4, el coste es la principal barrera para la disponibilidad de acceso a Internet en el hogar en el año 2011, percepción especialmente elevada en Argentina con respecto al resto de países de América Latina (alrededor de un 57 por ciento de los hogares sin acceso a Internet). La falta de necesidad (barrera voluntaria) es otro obstáculo de gran importancia. Concretamente, el 32 por ciento de los hogares sin acceso a Internet en 2011 afirma no disponer del mismo porque no lo necesitan. Por su parte, la falta de habilidad y la imposibilidad de acceso por motivos de cobertura representan un problema para un 6 y un 3 por ciento de los hogares, respectivamente.

Gráfico 4



Fuente: BBVA Research a través de la encuesta ENTIC del INDEC

Gráfico 5



Fuente: BBVA Research a través de la encuesta ENTIC del INDEC y la encuesta Spring Survey 2014 de Pew Research Center

En el Gráfico 5, se muestra la percepción de las principales barreras por las cuales los argentinos no usan Internet. En este sentido, la principal barrera para el uso de Internet es la falta de necesidad, que representa a un 48 por ciento de los encuestados, mientras que la falta de habilidad ocupa el segundo lugar con un porcentaje del 31 por ciento. La falta de acceso, que engloba diversos motivos que dependen del entorno y no directamente del individuo (como la falta de un dispositivo que permita el acceso, la falta de un espacio físico para el acceso o por motivos de no disponibilidad de cobertura) representa un obstáculo para un 17 por ciento de los argentinos que no usan Internet.

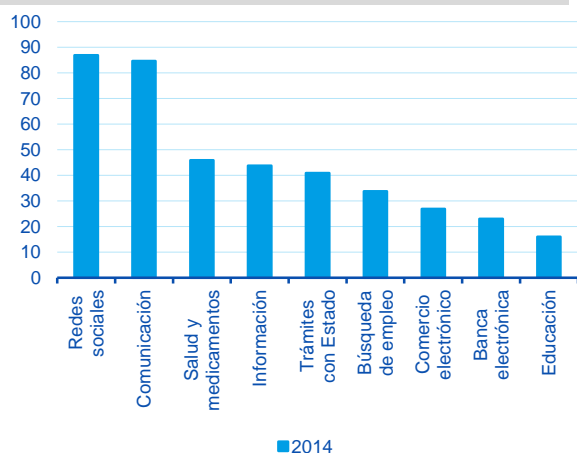
Una vez analizados los problemas de acceso, el análisis se centra en los individuos que hacen uso de Internet. Éste ha experimentado un incremento significativo en el periodo 2011-2015 (de un 54,4 por ciento

a un 66,1 por ciento). El hogar es el principal lugar de acceso a Internet (alrededor del 70 por ciento de los usuarios en el año 2011), predominando muy por encima del resto de opciones. En cuanto al resto, le siguen por orden de importancia el lugar de trabajo y los centros privados, en ambos casos con una representatividad próxima al 20 por ciento; los centros educativos y la categoría “otros” (con algo más del 12 por ciento) e Internet móvil, que permite el uso de Internet desde cualquier lugar, con un 2 por ciento en el año 2011.

Respecto a las actividades que los usuarios realizan a través Internet en los últimos tres meses, destaca el acceso a redes sociales y las actividades relacionadas con la comunicación, en ambos casos con unos porcentajes de uso superior al 80 por ciento (véase el Gráfico 6). Seguidamente, aparecen actividades relacionadas con la búsqueda de información sobre salud y medicamentos, la búsqueda de información en general y los trámites con el Estado con porcentajes superiores al 40 por ciento en todos los casos, mientras que la búsqueda de empleo en Internet es una actividad realizada por cerca del 35 por ciento de los usuarios. El comercio electrónico (“e-commerce”) y la banca electrónica (“e-banking”), representan respectivamente un 26 y un 23 por ciento, debido principalmente a los requerimientos de capacitación y habilidad que los usuarios han de poseer para la realización de este tipo de actividades. En último lugar se encuentra la formación educativa a través de la red (educación), de la cual participan el 16 por ciento de los usuarios de Internet. Cabe destacar el gran aumento observado en el uso del comercio electrónico (se ha multiplicado por 5) y la banca electrónica (se ha multiplicado por 1,5) entre los años 2011 y 2014 (véase el Gráfico 7).

Gráfico 6

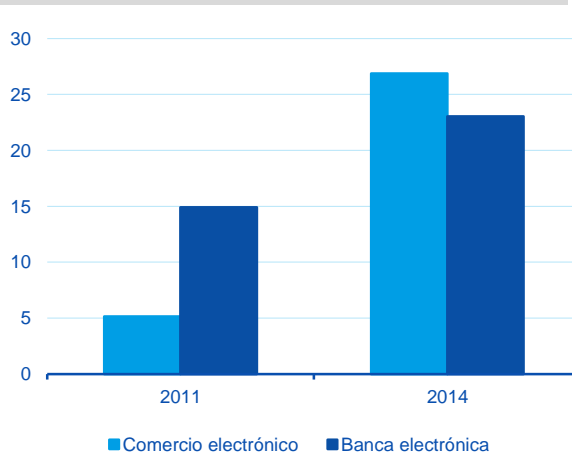
Actividades en Internet: usos en los últimos tres meses (%)



Nota: Opciones no excluyentes, todas las actividades pueden ser seleccionadas por un individuo simultáneamente.
Fuente: BBVA Research a través de la encuesta Spring Survey 2014 de Pew Research Center

Gráfico 7

Actividades en Internet: Comercio y banca electrónica (%)

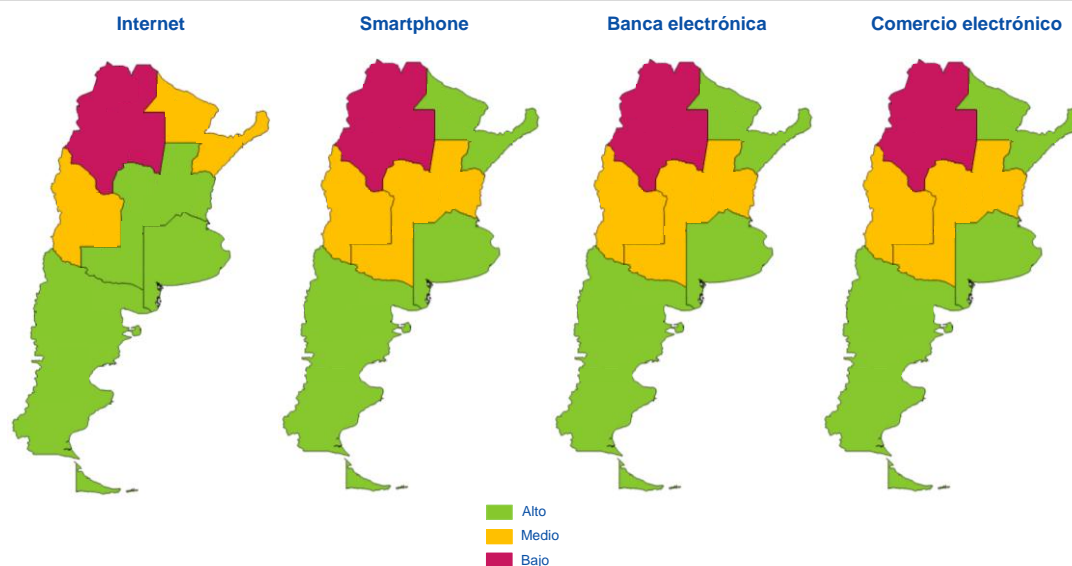


Nota: Opciones no excluyentes, todas las actividades pueden ser seleccionadas por un individuo simultáneamente.
Fuente: BBVA Research a través de la encuesta ENTIC del INDEC y la encuesta Spring Survey 2014 de Pew Research Center

En cuanto al uso del comercio y la banca electrónica por regiones, existen diferencias considerables entre las mismas (véase el Gráfico 8). La Patagonia y Buenos Aires destacan por encima del resto, con

porcentajes superiores al 25 por ciento en comercio electrónico y al 30 por ciento en la banca electrónica. Por el contrario, las regiones de Noroeste y La Pampa ocupan los últimos lugares, con unos porcentajes en ningún caso superiores al 20 por ciento. Los usuarios de banca electrónica representan un 44 por ciento en Buenos Aires y un 30 por ciento en la Patagonia en el año 2014, mientras que en el Noroeste y en La Pampa la proporción es de un 13 por ciento y un 16 por ciento, respectivamente. En cuanto al comercio electrónico, de nuevo son las regiones de la Patagonia y Buenos Aires las que sobresalen con un 37 y un 27 por ciento, respectivamente, en el año 2014.

Gráfico 8

Distribución geográfica 2014: Uso en los últimos 3 meses

Fuente: BBVA Research a través de la encuesta Spring Survey 2014 de Pew Research Center

Atendiendo a las características socio-económicas, los jóvenes entre 18 y 24 años, los estudiantes, los individuos con un nivel de educación terciaria y aquellos que disponen de una renta alta son los que en mayor proporción usan tanto Internet como dispositivos móviles inteligentes en el año 2014. Sin embargo, no ocurre exactamente lo mismo en el caso del comercio electrónico y la banca electrónica. En estos casos, los trabajadores empleados son los que más usan Internet para realizar este tipo de actividades. Los individuos con formación terciaria y los que disponen de rentas altas también son usuarios frecuentes de estas actividades. Por otro lado, no existen grandes diferencias por grupos de edad entre los usuarios de comercio electrónico y banca electrónica, distribuyéndose de forma más uniforme que en el caso del uso de los dispositivos móviles inteligentes e Internet.

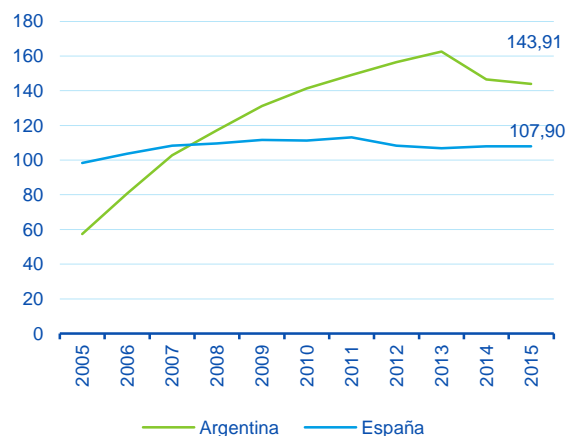
3. Desde el lado de la oferta

Para la elaboración de esta sección, hemos empleado información proporcionada por empresas que ofrecen servicios relacionados con las TIC, fundamentalmente aquella que hace referencia a suscripciones a determinados servicios y al precio de los mismos. Se observa que la telefonía móvil en Argentina experimenta un importante incremento hasta el año 2013, para después disminuir ligeramente (véase el Gráfico 9). Sin embargo, entre 2005 y 2015 las suscripciones a teléfono móvil se han multiplicado por 2,5; superando de este modo la proporción de España (desde el año 2007). Asimismo, el tráfico de llamadas móviles nacionales medidas en minutos se ha multiplicado casi por 10 entre 2008 y 2013, pasando de 10.000 millones de minutos a 100.000 millones de minutos (véase el Gráfico 10).

En contraste, el tráfico en España ha crecido de forma menos pronunciada, y aunque partiese de un nivel más elevado en 2005 (véase el Gráfico 10), Argentina tiene un tráfico de llamadas significativamente superior en 2013. En cuanto a la relación entre número de suscripciones y tráfico de minutos, España se encuentra por encima de Argentina. Esto quiere decir que en términos per cápita, los españoles emplean en mayor medida el teléfono móvil para actividades de comunicación ordinarias, aunque esta diferencia se reduce de manera muy marcada en el año 2013.

Gráfico 9

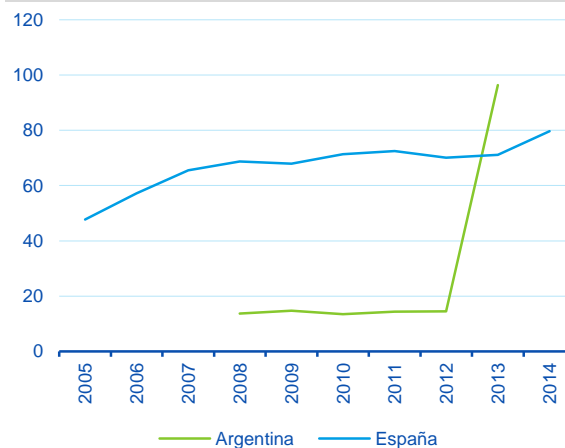
Subscripciones a teléfono móvil (por cada 100 habitantes)



Fuente: BBVA Research & ITU

Gráfico 10

Tráfico de llamadas móviles nacional (miles de millones de minutos)



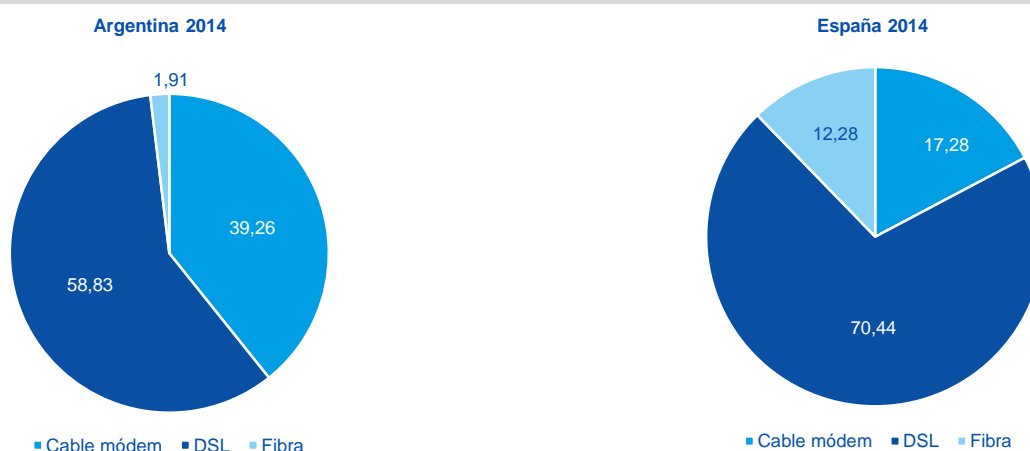
Fuente: BBVA Research & ITU

Cabe señalar que el coste de una llamada (1 minuto) resulta en términos de PPA (paridad de poder adquisitivo) más elevado en Argentina (0,41 USD) que en España (0,11 USD) en el año 2015. Además, en España las tarifas off-net y on-net se igualan en el año 2012, mientras en Argentina ambas tarifas ya eran equivalentes, aunque divergen en el período 2011-2014. Respecto a las suscripciones de banda ancha fija, cabe señalar que éstas han aumentado un 61 por ciento en Argentina entre 2010 y 2015, alcanzando algo más del 16 por ciento en 2015; cifra considerablemente inferior al 28 por ciento de suscripciones en España en el mismo año.

En el Gráfico 11, se presenta la desagregación por tipo de tecnología considerada como banda ancha fija empleada para la conexión a Internet en Argentina y España para el año 2014. Argentina posee un stock tecnológico superior al de España, ya que dispone de una mayor proporción de suscripciones a cable (39 por ciento frente al 17 por ciento de España) y un menor porcentaje de conexiones mediante tecnología DSL (59 por ciento frente al 70 por ciento de España).

Gráfico 11

Tecnología de banda ancha fija



Fuente: BBVA Research & ITU

En cuanto al precio del servicio de banda ancha fija (coste mensual), éste es mayor en Argentina (41,16 USD) que en España (26,7 USD). El coste del servicio ha aumentado en Argentina entre 2008 y 2015, aunque descendió de forma marcada entre 2008 y 2010. A partir de este último año aumentó hasta situarse en 41,16 USD (2015). Sin embargo, en España, aunque se mantuvo constante sobre los 34 USD, en 2015 experimentó una significativa disminución hasta los 26,70 USD.

Las suscripciones a banda ancha fija han aumentado en Argentina entre 2010 y 2015 de forma más marcada que en España: mientras en Argentina han aumentado un 61 por ciento, en España lo han hecho en un 23 por ciento. Ocurre lo mismo y con mayor diferencia en el caso de las suscripciones a banda ancha móvil y en el de las suscripciones a banda ancha inalámbrica. En el caso de la banda ancha móvil, las suscripciones en Argentina se han multiplicado por 13 entre 2010 y 2015, mientras en España se han multiplicado por 3,5. Por último, las suscripciones a banda ancha inalámbrica han aumentado 6,5 veces en Argentina durante este periodo, mientras que en España se han multiplicado prácticamente por 3.

En cuanto a la inversión anual en servicios de telecomunicaciones, Argentina invierte mayor cantidad en relación a su PIB de lo que lo hace España en 2014. Así, Argentina invirtió cerca de un 0,5 por ciento del PIB en ese año, mientras que España invirtió un 0,45 por ciento. Cabe destacar que entre 2010 y 2014 ambos países han incrementado su inversión en telecomunicaciones en relación al PIB en prácticamente la misma cantidad, lo que supone un incremento aproximado del 20 por ciento.

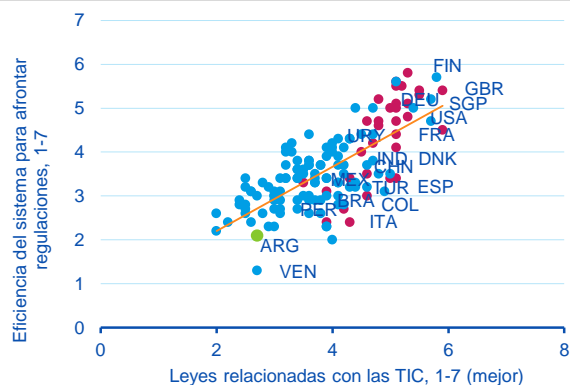
4. Regulación

Respecto a la regulación, a través de gráficos de dispersión (véase el Gráfico 12) queda constancia de que a medida que aumenta la regulación relacionada con las TIC, el nivel de eficiencia del sistema legal aumenta. En este sentido, Argentina obtiene una calificación de 3 sobre 7 en lo referido a leyes relacionadas con las TIC, situándose en el último lugar de los países latinoamericanos (19) sobre los que se dispone de información, y una puntuación de 2 sobre 7 en lo referente a eficiencia del sistema legal (penúltimo lugar). Por otro lado, se observa que a medida que aumentan las leyes relacionadas con las TIC, el nivel de piratería disminuye, existiendo una fuerte relación negativa entre ambos. Argentina se sitúa en una posición rezagada, con un estatus próximo al de países como Egipto o Kuwait. En este sentido, los países nórdicos y Reino Unido se encuentran a la cabeza, con un gran número de leyes relacionadas con las TIC.

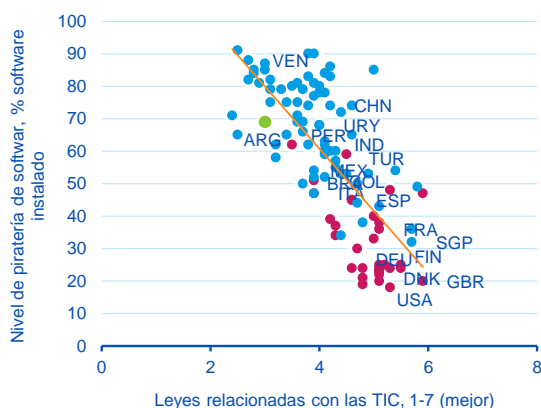
La regulación también es fundamental para el emprendimiento (expresado en términos de creación de nuevas empresas por cada 1.000 trabajadores). Al relacionar este indicador de emprendimiento con el valor que toma cada país en el ranking de facilidad para hacer negocios, se observa que existe cierta relación positiva entre ambas, sobre todo entre los países con mayor facilidad para hacer negocios (como son Australia y Reino Unido). Sin embargo, existen excepciones como Corea y Finlandia, donde la creación de empresas es escasa aun situándose en una posición destacada en el ranking. En cuanto a Argentina, cabe mencionar que el emprendimiento es escaso, donde el ratio de creación de empresas por cada 1.000 trabajadores es inferior a 0,5.

Gráfico 12

Leyes TIC: Relación con la eficiencia y la piratería



- Países de la OCDE con nivel de ingresos alto
- Resto de países



- Países de la OCDE con nivel de ingresos alto
- Resto de países

Argentina resaltado en verde

Fuente: BBVA Research y World Economic Forum

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.