

El hogar: la próxima gran batalla

CARRIER Y ASOC.

Información y análisis de mercado

El hogar en la mira

- Inicialmente, la competencia se centró en el segmento de empresas (de mayor a menor)
 - concentración de consumo
 - acortar tiempos de recuperación de inversiones en infraestructura
- Hoy, se trata de un segmento con tasas de crecimiento bajas en términos de conectividad
- Necesidad de abordar nuevos mercados → residenciales, profesionales y microempresas

Maximizando la infraestructura

- Tradicionalmente, cada servicio tiene su red
- La digitalización de los contenidos y las tecnologías IP permiten que una red única transporte todo
- Hoy, tenemos “double play”
 - redes telefónicas transportan voz y datos (ADSL)
 - redes de TV por cable transportan video (analógico) y datos (cablemódem)

Maximizando la infraestructura

- Telefónicas:
 - Voz → negocio de crecimiento nulo
 - Líneas en servicio crecieron 0,8% en un año
 - Llamadas realizadas **cayeron** un 4,1% en un año
 - Datos (ADSL) → tecnología salvadora
 - Los accesos ADSL crecieron 96% en un año
 - El grueso de las inversiones en la red apuntan a mantener este crecimiento

Maximizando la infraestructura

- Cables:
 - TV
 - negocio maduro de bajo crecimiento
 - Importante nivel de clandestinidad – “colgados” (estimado en un 20%)
 - Alto nivel de clandestinidad en contenidos premium (estimado en 3 de cada 4 codificadores)
 - Datos
 - los accesos de cablemodem crecieron un 75% anual
 - generan un ingreso medio superior al abono de TV
 - tecnología necesaria para interactividad y base para luchar contra la piratería

En busca de la tercera pata

- Telefónicas
 - ADSL → Tarifa plana y tráfico creciente → costos crecientes con ingresos fijos (y tendiendo a la baja)
 - Video → generar una nueva fuente de ingresos → PPV, TV
 - La mayoría de los operadores están realizando pruebas de transmisión de video por banda ancha
- Cables
 - Cablemódem → tecnología base para dar telefonía IP
 - Productos de telefonía IP lanzados o próximos a ser lanzados
 - Presión por digitalización de señales

El camino del triple play

Telefónicas



Cableras

El “premio” del triple play

- Telefonía local: \$ 55
- Telefonía de larga distancia: \$ 30
- TV paga: \$ 51
- Internet banda ancha: \$ 81

- Triple play: \$ 217

Los candidatos a la triple corona

- Corto plazo → cableras
 - tienen acuerdos con las señales de TV (por ahora, analógico)
 - cuentan con el ancho de banda necesario
 - en etapa de prueba / lanzamiento de telefonía IP
- Telefónicas → camino más escarpado
 - ampliar la capacidad de las redes
 - desafío regulatorio
 - modelo de contenidos no definido

Panorama futuro

- Mayor superposición de redes de capacidades equivalentes
- Implicancias regulatorias → desaparecen los límites entre la (radio)difusión y las telecomunicaciones
- Necesidad de una ley única que englobe a todos los servicios
- Aparece la “cuarta pata” → telefonía móvil

Quadruple play

- El próximo gran paso es la confluencia de todos estos servicios en una plataforma única
 - tecnológica
 - comercial
 - administrativa
- Deja de lado definitivamente el modelo de una red para cada servicio

Quadruple play

- Las telefónicas están mejor posicionadas
 - tienen telefonía fija
 - tienen telefonía móvil
 - tienen Internet
 - están muy cerca de tener capacidad de video
- Las cableras carecen del recurso inalámbrico

El camino del quadruple play

Telefónicas



Cableras

???

El “premio” del quadruple play

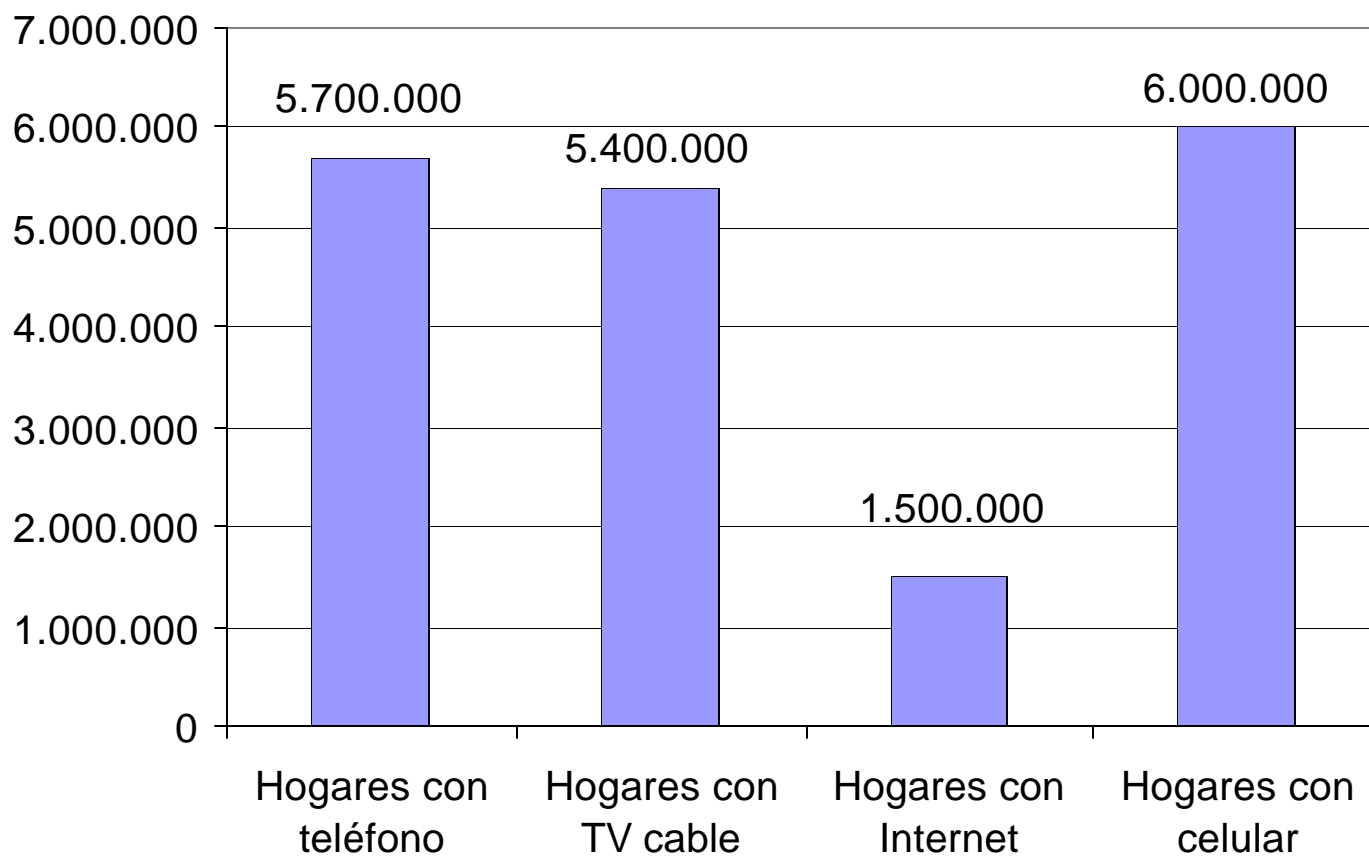
- Telefonía local: \$ 55
- Telefonía de larga distancia: \$ 30
- TV paga: \$ 51
- Internet banda ancha: \$ 81
- Telefonía móvil: \$ 71

- Triple play: \$ 217
- Quadruple play: \$ 288

Los límites del mercado de Internet

- Importante crecimiento cualitativo → migración del dial up a banda ancha
- Modesto crecimiento cuantitativo → no se incorporan nuevos clientes (estacionado en 1,5 M de accesos)
- Hay razones estructurales que frenan el crecimiento cuantitativo en el segmento residencial:
 - Costo de PC
 - Complejidad de administración
 - Aspectos abordados por los cibers y locutorios

Dimensionando el mercado



Dimensionando el mercado

- Un 12% de los hogares utiliza los tres servicios fijos
- Un 10% de los hogares utiliza los cuatro servicios
- Triple play: \$ 3.000 M anuales
- Quadruple play: \$ 3.300 M anuales

www.carrieryasoc.com