

Internet: 10 millones de usuarios argentinos en 2005



Por Pablo Tedesco (*)

Según nuestras estimaciones, a fines de 2004 había en la Argentina 7,5 millones de usuarios de Internet, teniendo en cuenta las distintas personas físicas que se conectan. El importante crecimiento experimentado en el número de usuarios tiene su driver, principalmente, en el ingreso desde locutorios y cybercafés. Estos representan el 35 % de la cybersusuarios totales, con 2,6 millones. El auge de los lugares públicos de acceso privado fueron la gran respuesta a la crisis que sufrió la tecnología en la postdevaluación. En ellos, los usuarios que no están en condiciones económicas de acceder a una PC y a tener una conexión de banda ancha, encuentran la solución a estar conectados en este mundo nuevo.

También es destacable el crecimiento en la cantidad de clientes de Internet, en cuanto a las personas físicas o jurídicas que reciben una factura por el uso de la Red, que finalizaron el año 2004 en algo más de dos millones. Esta cifra representa un 28% más que en 2003. Se trata de un aumento que está marcado principalmente por los accesos de banda ancha, que alcanzaron un crecimiento nuevamente del 100% respecto del año anterior, totalizando 475.000.

Para este año, se espera un aumento de los usuarios de Internet en la Argentina, que llegará a los 10 millones a fin de año. Estos nuevos ingresantes lo harán principalmente desde lugares públicos de acceso privados. Además de este crecimiento, se vislumbra una mayor adopción de banda ancha, en detrimento de las conexiones telefónicas, que hacen estimar este mercado en más de 800.000 clientes para fin de año.

En cuanto al perfil, hoy el usuario argentino ya no es una élite. De hecho, desde los años 2000 y 2001 la pirámide socioeconómica fue descendiendo a niveles más bajos; lo mismo que la educación, que va en disminución y ya no es únicamente de universitarios. También el conocimiento de PC desciende; y el sexo del usuario promedio se igualó, llegando al 50% para cada género, por el desarrollo de contenidos específicos para la mujer. Asimismo, se produjo el ingreso de usuarios de edades extremas, haciendo que en la actualidad los menores de 18 años representen al 26% de los usuarios y la edad promedio sea de 28 años.

Actualmente, los cyber y locutorios tienen varios efectos en el perfil de usuario, ya que permitieron el ingreso de gente con menores conocimientos de tecnología e Internet, además de pasar a ser el primer contacto con el medio en los últimos años.

Internet es el canal de información a la hora de los que buscan productos. Casi la mitad de los usuarios lo utiliza para averiguar características técnicas de productos, precios y lugares donde poder encontrarlos. El 12% de los usuarios realiza compras online (más de 900.000 personas), que van madurando a lo largo de los años, Ya no se trata únicamente de libros y CDs; hoy, son más comunes los productos electrónicos, indumentaria, tickets de espectáculos y pasajes de avión. El origen de estas compras, por segundo año consecutivo, muestra un desvío del lugar donde se comercia, con el 80% de las transacciones realizadas en sitios argentinos.

Nos espera un 2005 con una amplia pelea por captar clientes en todos los segmentos, especialmente en el mercado de banda ancha, con nuevas ofertas y promociones. A la vez, crecimiento en cuanto a cantidad de usuarios y clientes de Internet, similares a los experimentados el año pasado, junto a mayores y mejores compras, además del uso de más cantidad de servicios asociados a Internet. Esto demuestra la profunda inserción que sufre este nuevo medio en el día a día de los argentinos, marcando la necesidad de estar conectados.

(*) Es Director Asociado de Prince, Cooke y Asoc., Master en estrategia y geopolítica, Contador Público, Ex-consultor de Arthur Andersen. Profesor en temas de Sociedad del Conocimiento y Nueva Economía en UB, UTN, y otras instituciones.

