



# Telefonía IP en grandes empresas

CPN Pablo G. Tedesco

Buenos Aires, 1 de Julio de 2004

---

# Agenda

---

- **Características del estudio**
- **Definición de telefonía IP**
- **PBX (antigüedad, modo de adquisición y vencimiento de contrato)**
- **Telefonía IP (adopción, conocimiento, opción elegida, ofertas y percepciones)**
- **Resumen**
- **Conclusiones**

# Características del estudio

---

- **Objetivo:** El objetivo principal del estudio fue el de analizar el status actual y potencial del mercado de Telefonía IP y PBX, en el segmento de las grandes empresas.
- **Período de relevamiento:** Febrero 2004
- **Cobertura:** nacional
- **Tipo de cuestionario:** encuestas telefónicas con cuestionario estructurado de preguntas cerradas, semiabiertas y escalas de valoración
- **Perfil del encuestado:** responsable del área de telecomunicaciones de grandes empresas

# Definición y algunos comentarios sobre VoIP

---

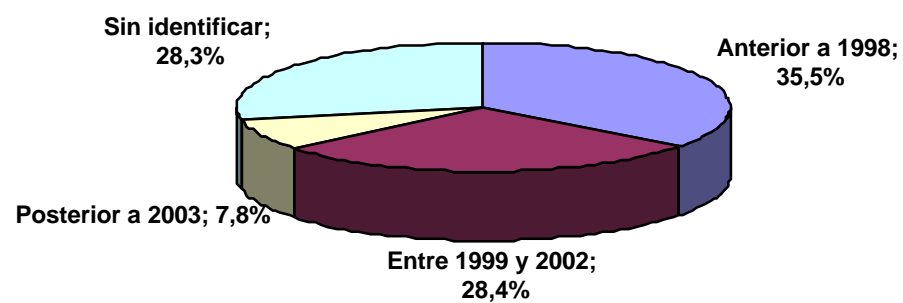
- **Diferencia de percepción**
- **Definición utilizada por exclusión**

**Se entiende por telefonía IP, la posibilidad diferencial de que los empleados accedan a la central telefónica de la empresa desde lugares remotos (casa, hotel, etc.), utilizando servicios multimediales, mediante software y/o un teléfono IP, y se comuniquen como si estuvieran en un interno utilizando Internet como canal.**

# Antigüedad de la PBX

---

Antigüedad de la PBX



# Modalidad de adquisición de PBX

---

Modalidad de adquisición	Total
Compra	56,0%
Alquiler	22,7%
Leasing	7,8%
Sin especificar	13,5%
Total	100,0%

# Vencimiento de contratos

---

Fecha de vencimiento	Total
2004	32,5%
2005	35,0%
2006	15,0%
2007	10,0%
Ns/Nc	7,5%
Total general	100,0%

# Adquisición y ampliación de nuevas centrales

---

- **El 11% está pensando en adquirir una central en los próximos 12 meses**
- **El 23% está pensando ampliar la central en los próximos 12 meses**

# Servicios relacionados

---

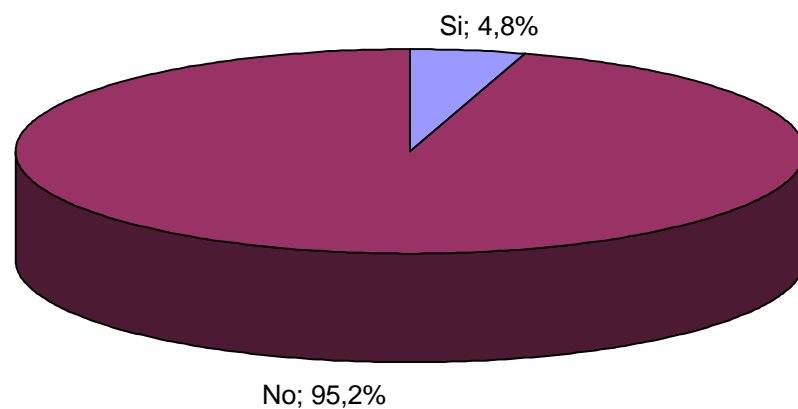
- **Servicios de mantenimiento de PBX 83% tercerizado, el resto es interno.**
- **Servicios de mantenimiento de redes de voz 48% tercerizado, el resto es interno.**
- **Servicios de mantenimiento de redes de datos 38% tercerizado, el resto es interno.**

---

# Telefonía IP

# Adopción de telefonía IP

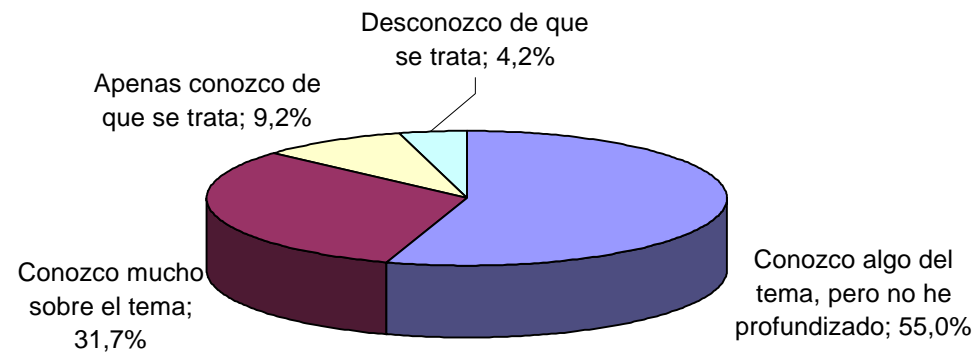
---



# Conocimiento sobre telefonía IP

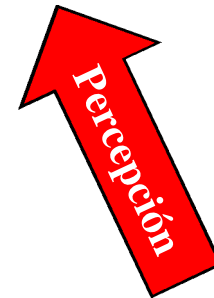
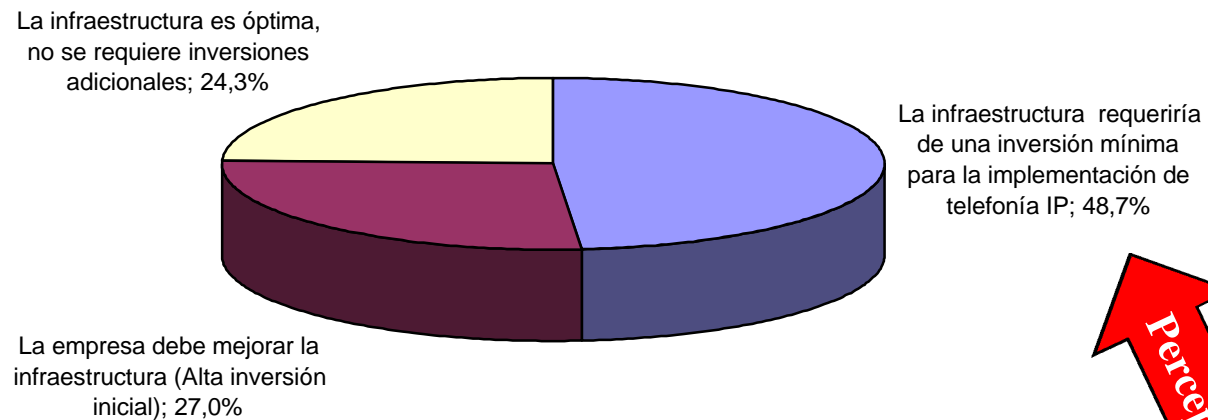
---

Grado de conocimiento e información acerca de telefonía IP



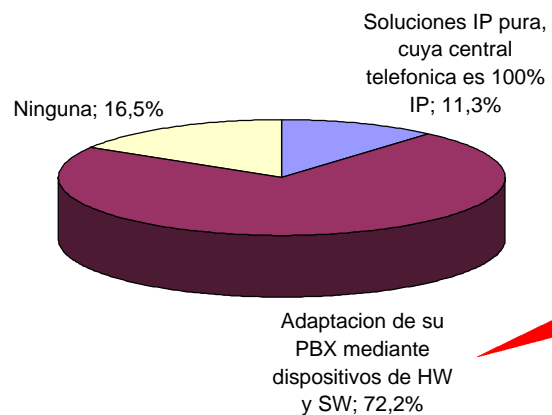
# Empresa frente a Telefonía IP

Posición de la empresa frente a la hipótesis de implementar telefonía IP



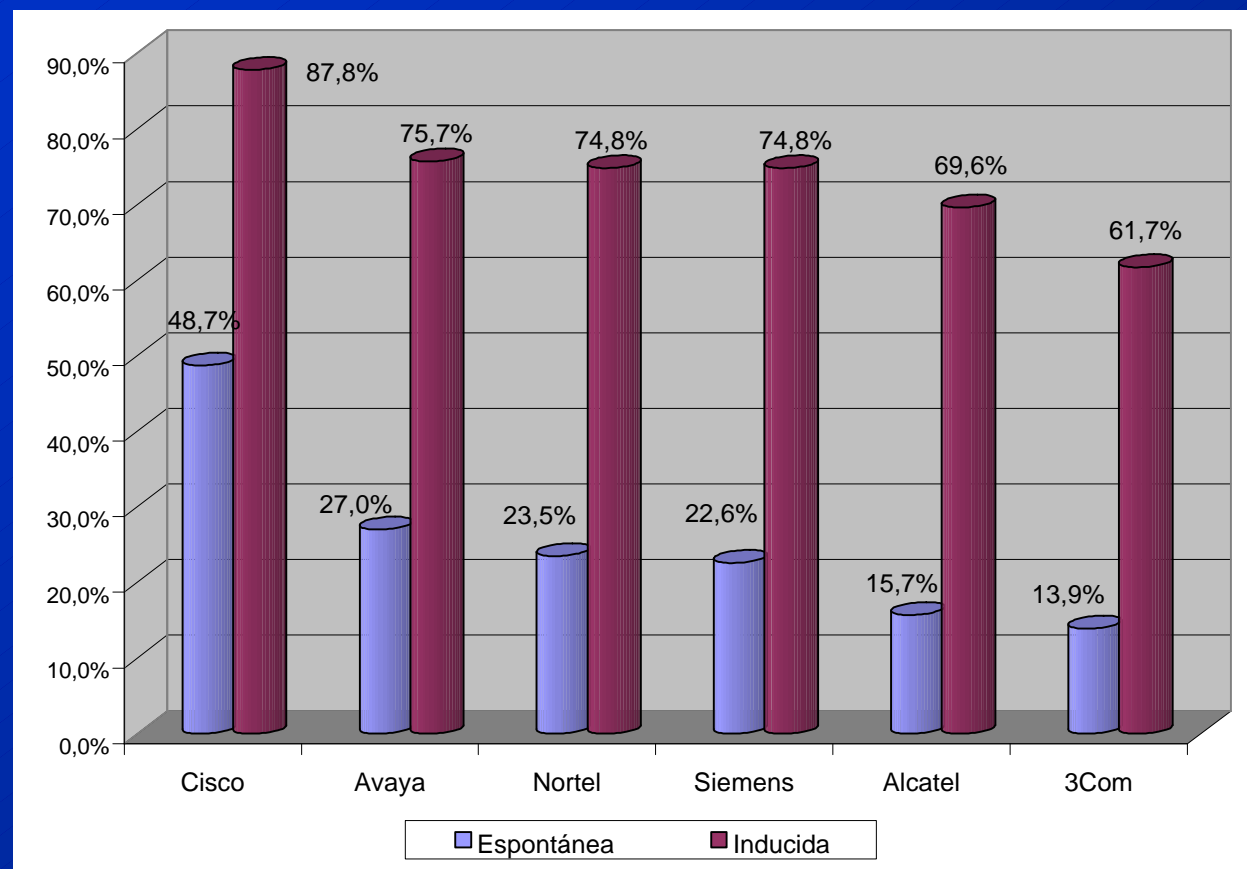
# Opción más viable

Opción mas viable sobre telefonía IP



Al analizarlo por antigüedad de la PBX, las empresas que han implementado una en los últimos 2 años se inclinan por la adaptación

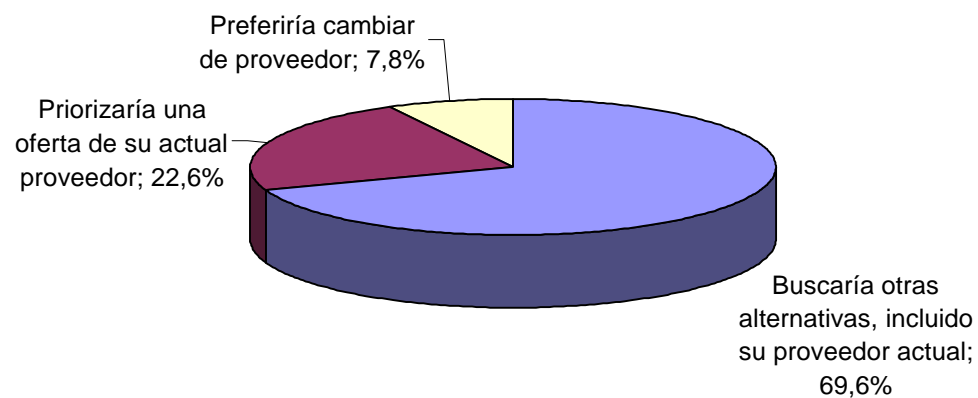
# Imagen sobre proveedores de telefonía IP



# Lealtad al proveedor actual en telefonía IP

---

Lealtad hacia el proveedor de PBX actual



# Recepción de ofertas

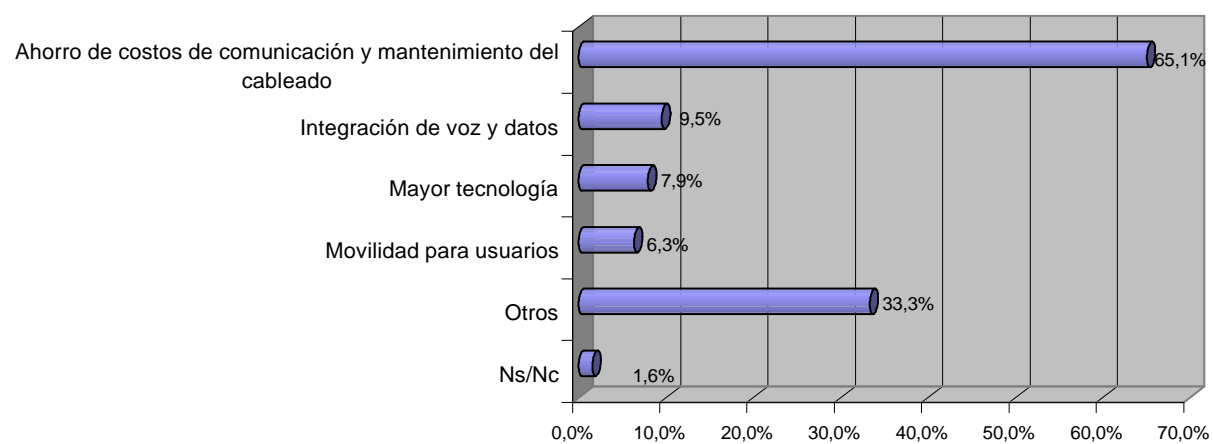
---



# Argumentos de los vendedores

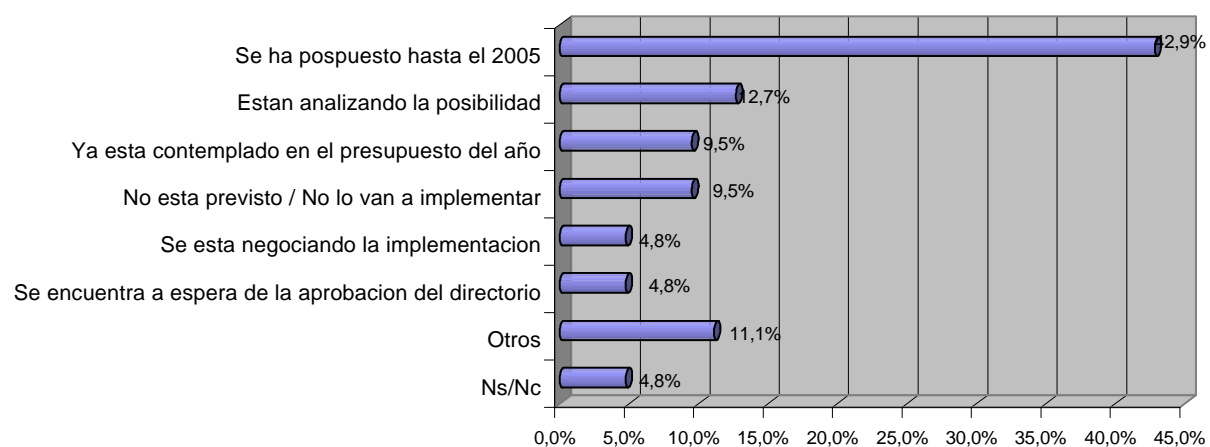
---

Argumento de los vendedores



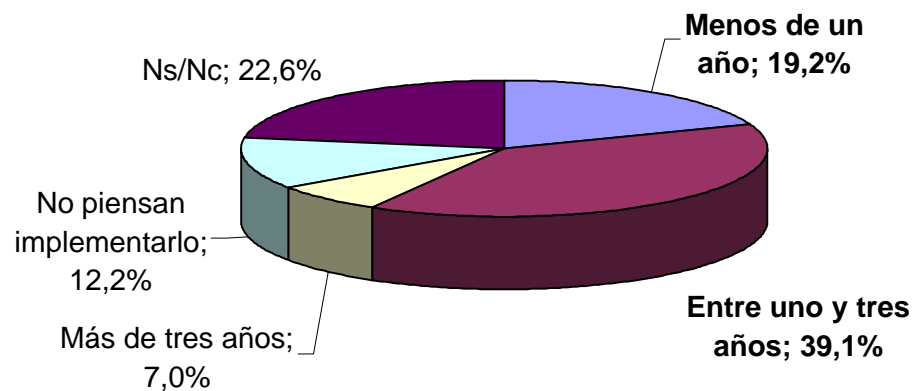
# Perspectivas de implementación

Perspectivas de implementación



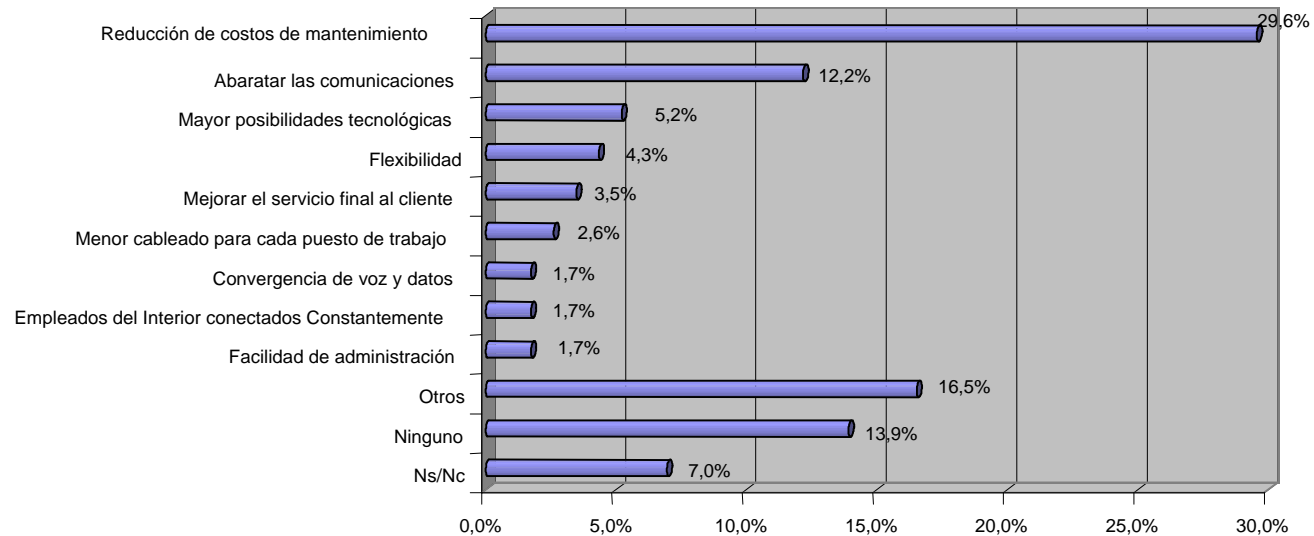
# Plazo para implementarlo en la compañía

---



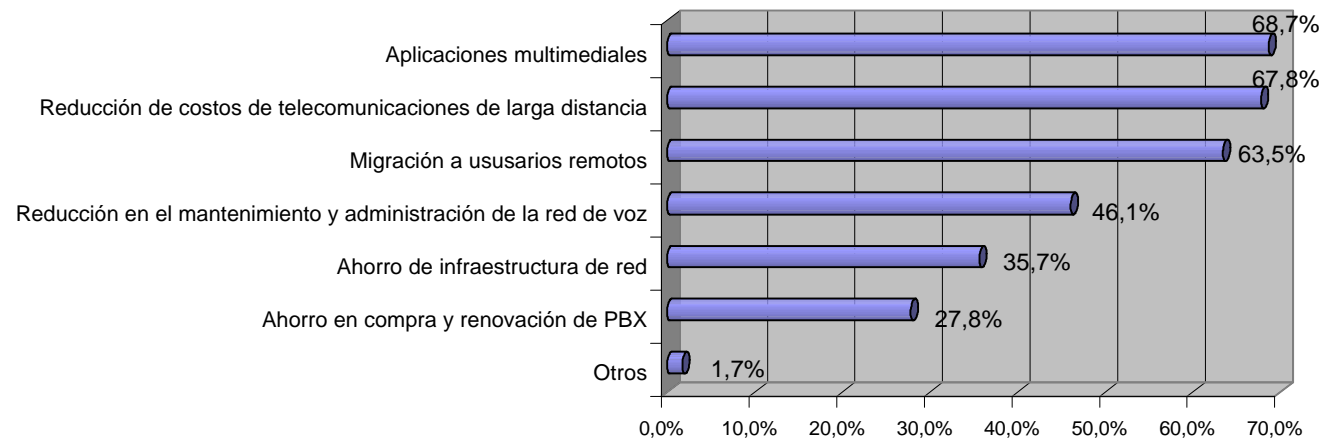
# Beneficios de la implementación - espontánea

Beneficios de la implementación - espontánea



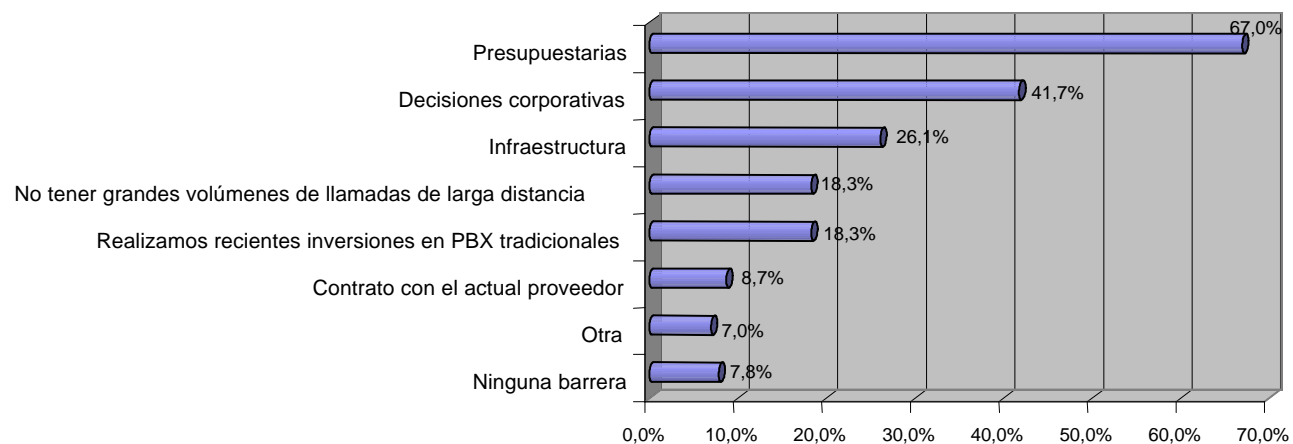
# Beneficios de la implementación - inducida

Beneficios de la implementación - inducida



# Barreras para la implementación

Barreras para a la implementación



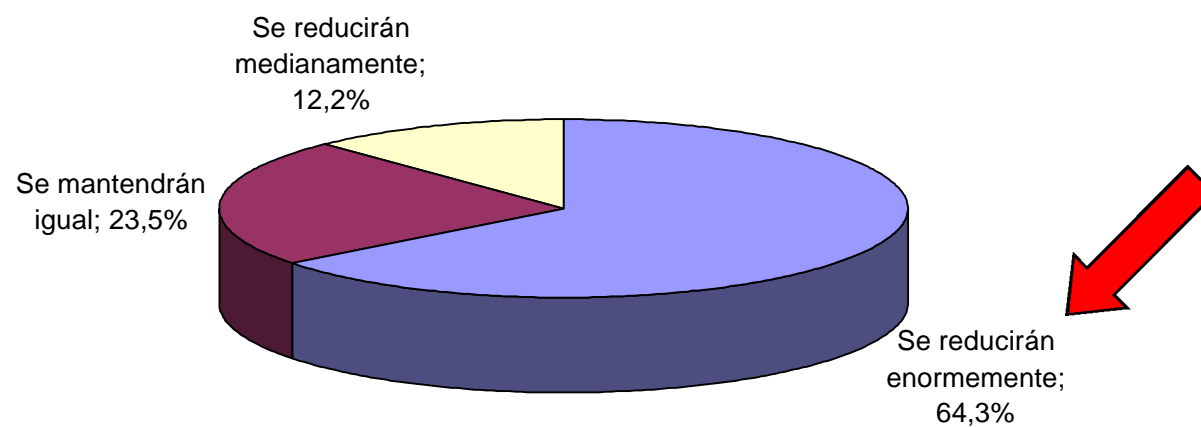
# Desventajas

---

- **Las principales desventajas enumeradas fueron:**
  - Alta inversión inicial
  - Capacitación a usuarios
  - Calidad en la comunicación
  - Sólo se justifica para nuevas sucursales

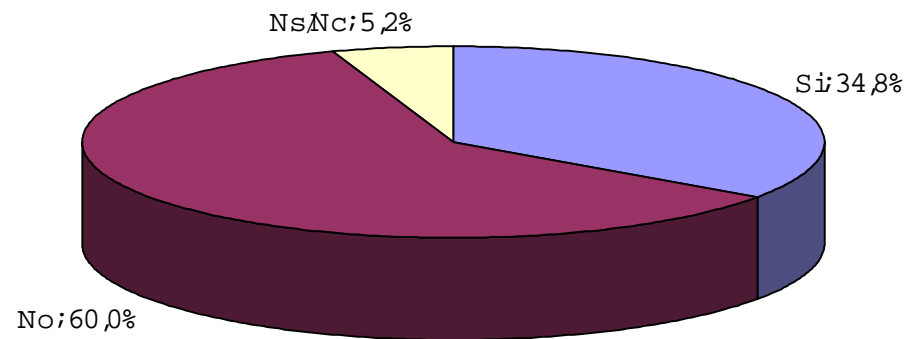
# Percepción sobre gastos telefónicos

Percepción sobre gastos Telefónicos al implementar telefonía IP



# Conocimiento sobre implementaciones en Argentina

Conocimiento sobre implementaciones en la Argentina



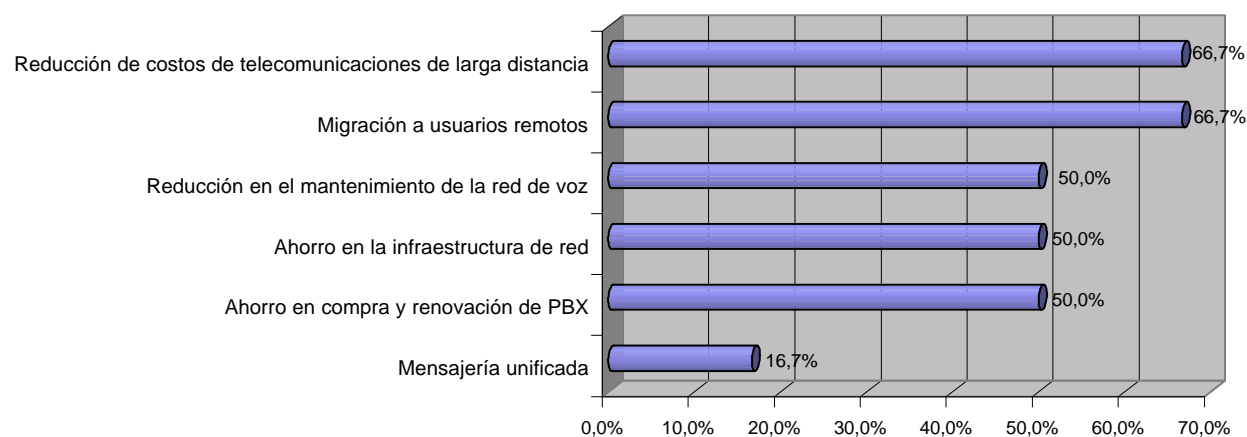
# Findings de implementaciones

---

- **Por lo que se pudo relevar las implementaciones están repartidas entre IP puras vs. IP adaptadas.**
- **La mayoría de estas compañías buscaron otros proveedores a la hora de analizar la implementación**
- **En casi la totalidad de los casos el implementador les proveyó el equipamiento**
- **El 50% de los usuarios están conformes con la implementación, pero el 67% ha tenido problemas durante la implementación no adjudicables al proveedor**

# Motivos para implementarlo

Elementos que motivaron la incorporación de telefonía IP



# Conclusiones y propuesta

---

- **Convergencia tecnológica**
- **Efecto en red**
- **El trabajador ubicuo:**
- **Reducción de costos**

# Conclusiones y propuesta

---

- **Para vendedores:**
  - **Evangelizar** con claridad
  - **Target ávido de nuevas soluciones** (antigüedad de PBX, modalidad de compra y proyectos), especialmente las soluciones de telefonía IP adaptables o híbridas
  - **Mejorar argumentos de venta**
  - **Nueva realidad:** nuevos players con marcas reconocidas en otras industrias
  - **Ofertas acordes:** es necesario que las empresas empiecen a considerar a sus proveedores como socios para poder planificar juntos y reducir costos en un trato que sea win-win
  - Adaptar la oferta de productos a la realidad de las empresas argentinas y sobre todo a un mercado devaluado
  - Brindar soluciones tecnológicas que permitan en el corto o mediano plazo recuperar la inversión realizada

# Conclusiones finales

---

- **Etapa incipiente en la argentina, todavía faltan leading cases que demuestren a través del tiempo los beneficios**
- **El mercado estimado de telefonía IP para el 2004 será de 4 millones de dólares, se espera que se triplique para el 2005**
- **Necesidad de evangelizar, especialmente en los requerimientos y beneficios de la implementación**
- **Un mercado que se amplía a nuevos proveedores de soluciones**

# Preguntas y comentarios

---



**Consultas vía mail**

[ptedesco@princecooke.com](mailto:ptedesco@princecooke.com)

## Resumé Pablo G. Tedesco

---

Master en estrategia y geopolítica

Contador Público

Director Asociado de Prince, Cooke  
y Asoc. SA

Ex-consultor de Arthur Andersen

Profesor en temas de Sociedad del  
Conocimiento y Nueva Economía  
en UB, UTN, y otras instituciones



[www.princecooke.com](http://www.princecooke.com)

[ptedesco@princecooke.com](mailto:ptedesco@princecooke.com)