

Buenos Aires, 19 de junio de 2008

Accesos a Internet

Marzo 2008

1. Introducción

En esta publicación se presenta información referida a los accesos a Internet. La misma incluye dos categorías: los accesos residenciales y los de organizaciones.

Los accesos residenciales corresponden al uso hogareño o particular, mientras que los accesos de organizaciones son de uso de empresas, organismos de gobierno, profesionales en el ejercicio de su actividad, organizaciones no gubernamentales, escuelas, universidades, etc. Tanto los accesos residenciales como los de organizaciones están integrados por las "cuentas de abono" y la cantidad de "usuarios gratuitos"¹.

En este informe se presentan los datos de los accesos a internet del **primer trimestre de 2008** y la serie de los accesos a internet residenciales y de organizaciones para el período comprendido entre marzo de 2007 y marzo de 2008.

Al final de esta publicación se incluyen algunas [observaciones de tipo metodológico](#) y un [glosario](#) con los principales términos utilizados.

2. Resumen

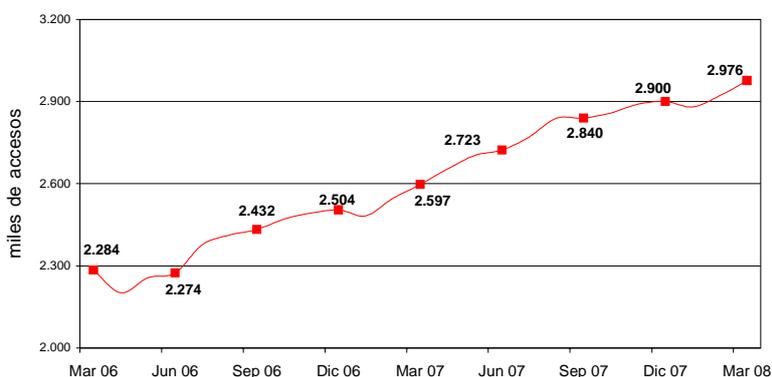
Los accesos residenciales a internet crecieron un 14,6% entre marzo de 2008 y marzo de 2007.

Las cuentas de abono se incrementaron en 29,8%. Se observó un crecimiento de 43,9% en las cuentas de banda ancha ([cuadro 1](#)).

Los accesos de organizaciones crecieron 11% entre marzo de 2008 y el mismo mes de 2007.

Las cuentas de abono aumentaron un 11,3%. Las líneas punto a punto fueron el segmento más dinámico con un crecimiento de 24,1% ([cuadro 3](#)).

Gráfico 1. Accesos residenciales, marzo 2006 - marzo 2008



¹ El total de accesos es la suma de cuentas de abono y usuarios gratuitos. Esta cifra se considera de utilidad para evaluar la evolución del sector.

Signos convencionales

* Dato provisorio

3. Accesos residenciales a internet

En el mes de marzo de 2008 se registró un total de 3 millones de accesos a internet, de los cuales 2,5 millones correspondieron a cuentas de abono y el resto a usuarios gratuitos.

Considerando el período entre marzo de 2008 y el mismo mes del año anterior, las conexiones de banda ancha se incrementaron en un 43,9%. Asimismo, experimentaron incrementos del 29,8% y del 14,6% las cuentas con abono y el total de accesos residenciales, respectivamente (cuadro 1).

Cuadro 1. Accesos residenciales según tipo de conexión y minutos consumidos por usuarios gratuitos

Período	Total de accesos residenciales	Cuentas con abono			Usuarios gratuitos	Miles de minutos consumidos por usuarios gratuitos
		Total	Dial up	Banda ancha		
2007						
Marzo	2.597.196	1.904.043	353.216	1.550.827	693.153	304.022
Abril	2.653.555	1.919.860	323.937	1.595.923	733.695	320.890
Mayo	2.703.653	1.985.289	316.723	1.668.566	718.364	310.914
Junio	2.722.662	2.029.181	299.680	1.729.501	693.481	300.759
Julio	2.771.438	2.080.615	298.148	1.782.467	690.823	308.427
Agosto	2.839.367	2.150.541	294.993	1.855.548	688.826	311.160
Sepiembre	2.839.956	2.199.976	285.726	1.914.250	639.980	291.439
Octubre	2.858.477	2.258.044	276.053	1.981.991	600.433	272.201
Noviembre	2.890.786	2.324.008	267.402	2.056.606	566.778	253.874
Diciembre	2.900.258	2.385.789	259.337	2.126.452	514.469	228.477
2008						
Enero*	2.880.537	2.392.344	248.866	2.143.478	488.193	212.395
Febrero*	2.921.905	2.431.884	243.661	2.188.223	490.021	222.330
Marzo*	2.976.313	2.471.594	239.437	2.232.157	504.719	241.111

Variación porcentual del último mes respecto

al mes anterior	1,9	1,6	-1,7	2,0	3,0	8,4
al mismo mes del año anterior	14,6	29,8	-32,2	43,9	-27,2	-20,7

Al 31 de marzo de 2008, el 79,7% de los accesos residenciales eran provistos por empresas que cuentan con más de 50.000 accesos (cuentas de abono y usuarios gratuitos), el 16,7% correspondió a empresas que proveen entre 5.001 y 50.000 accesos y el 3,6% restante se distribuyó entre proveedores de menor tamaño (cuadro 2).

Cuadro 2. Distribución por tamaño de los Proveedores de Acceso a Internet (ISP), según el número de accesos residenciales al 31 de marzo de 2008

Estrato / accesos	Total de accesos residenciales	Participación %
Total	2.976.313	100,0
más de 50.000	2.371.073	79,7
5.001 - 50.000	498.838	16,7
1.001 - 5.000	54.041	1,8
201 - 1.000	34.717	1,2
menos de 200	17.644	0,6

4. Accesos de organizaciones

En el mes de marzo de 2008 se registró un total de 271 mil cuentas con abono de acceso a internet correspondientes a organizaciones. Las mismas representan el 99,5% de los accesos corporativos.

Entre marzo de 2008 y el mismo mes de 2007, los accesos/enlaces punto a punto se convirtieron en el segmento más dinámico dentro de las cuentas de abono aumentando un 24,1%, seguido por las conexiones de banda ancha con un 22,1% (cuadro 3).

Cuadro 3. Accesos de organizaciones según tipo de conexión

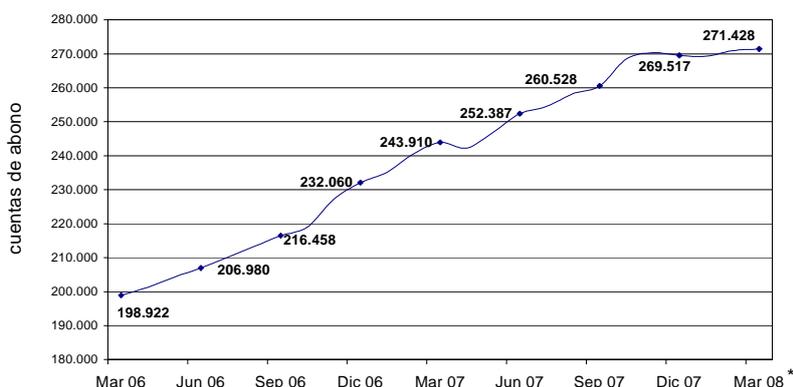
Período	Total de accesos de organizaciones	Cuentas con abono			Usuarios gratuitos ¹	
		Total	Dial up	Banda ancha		Líneas punto a punto
2007						
Marzo	245.808	243.910	53.053	170.946	19.911	1.898
Abril	244.077	242.268	47.790	174.378	20.100	1.809
Mayo	248.732	246.940	47.536	178.821	20.583	1.792
Junio	254.122	252.387	45.568	185.852	20.967	1.735
Julio	256.160	254.500	44.143	188.699	21.658	1.660
Agosto	259.896	258.256	43.715	192.313	22.228	1.640
Septiembre	262.122	260.528	43.130	194.899	22.499	1.594
Octubre	270.006	268.462	41.924	203.463	23.075	1.544
Noviembre	271.803	270.324	41.163	205.733	23.428	1.479
Diciembre	271.043	269.517	40.310	205.589	23.618	1.526
2008						
Enero*	270.606	269.275	38.644	206.382	24.249	1.331
Febrero*	272.231	270.904	38.656	207.755	24.493	1.327
Marzo*	272.725	271.428	38.068	208.652	24.708	1.297

¹ Este segmento está constituido por escuelas, bibliotecas, asociaciones sin fines de lucro, y otras organizaciones que reciben un servicio gratuito por parte de un ISP

Variación porcentual del último mes respecto:

al mes anterior	0,2	0,2	-1,5	0,4	0,9	-2,3
al mismo mes del año anterior	11,0	11,3	-28,2	22,1	24,1	-31,7

Gráfico 2. Cuentas de abonos de organizaciones, marzo 2006 - marzo 2008



5. Cuentas de correo electrónico (e-mail)

En el primer trimestre de 2008 se registraron 1.504 millones de mensajes enviados mediante cuentas de correo electrónico lo que implicó un aumento del 9,5% con respecto al mes de diciembre de 2007. También aumentaron las cuentas de correo electrónico entre marzo de 2008 y diciembre de 2007, con un incremento de 16,3%. El promedio de mensajes enviados por cada cuenta de correo electrónico disminuyó en un 5,9% entre marzo de 2008 y diciembre de 2007, verificándose un promedio por cuenta de 289 mensajes mensuales.

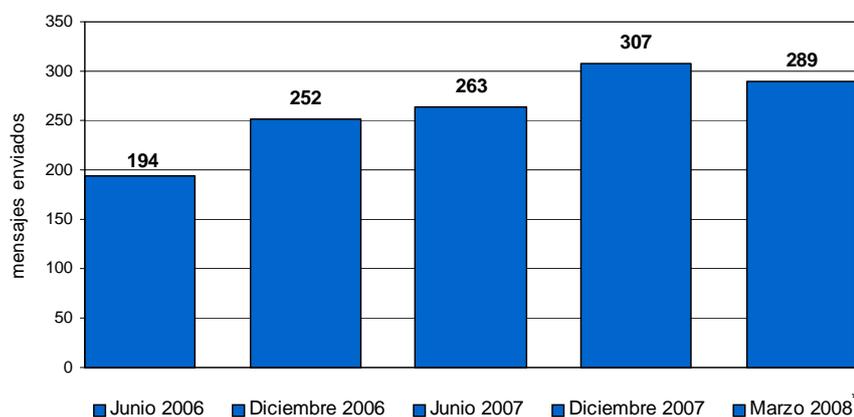
Asimismo, el 75,9% de los Proveedores de Acceso a Internet (ISP) aplica filtros anti-spam (correo no deseado) y el 74,1% antivirus (cuadro 4).

Cuadro 4. Cuentas de correo electrónico, junio de 2006 / marzo de 2008

Período	Cuentas de Correo	Cantidad de mensajes	Promedio de mensajes por cuenta de correo electrónico	Aplica filtros anti-spam	Aplica antivirus	
	miles			%		
2006	Junio	4.193	814.520	194	65,7	69,1
	Diciembre	4.619	1.161.742	252	72,1	73,3
2007	Junio	4.560	1.198.008	263	71,1	71,1
	Diciembre	4.475	1.372.665	307	74,4	72,6
2008	Marzo*	5.204	1.503.539	289	75,9	74,1

Variación porcentual del último mes respecto					
al período anterior					
	16,3	9,5	-5,9	2,0	2,1

Gráfico 3. Promedio de mensajes enviados, por cuenta de correo electrónico



6. Observaciones Metodológicas

La información que se presenta en el informe comprende dos categorías: **los accesos residenciales y los de organizaciones**. Tanto los accesos residenciales como los de organizaciones están integrados por las "cuentas de abono" y la cantidad de "usuarios gratuitos (free)".

La unidad de medida utilizada para el seguimiento de las "cuentas de abono" por los cuales se paga un abono es la **cuenta**, que identifica la relación que se establece entre un Proveedor de Acceso a Internet (ISP) y un usuario o grupo de usuarios (familia, empresa, repartición oficial, etc.) para permitir el acceso a la red. Esta unidad difiere del **usuario**, unidad de medida utilizada para los "usuarios gratuitos (free)", que se entiende como la persona física que accede a internet mediante la cuenta, ya que por medio de una cuenta puede ser accedida por uno o múltiples usuarios. Por otro lado, el concepto difiere también del de **cliente**, ya que un cliente puede ser titular de una o varias cuentas.

Las "cuentas de abono" se clasifican en Residenciales y de Organizaciones, siendo las primeras las correspondientes a uso hogareño o particular y las segundas las utilizadas por empresas, organismos de gobierno, profesionales en el ejercicio de su actividad, organizaciones no gubernamentales, escuelas, universidades, etc.

En el caso de los accesos que se realizan mediante servicios respecto de los cuales **no se paga abono fijo** - habitualmente denominados servicios gratuitos (free - libres) -, la unidad de medida utilizada es el usuario. Respecto de este segmento se muestra además la información correspondiente a los minutos de conexión telefónica consumidos por estos usuarios.

Por las características diferentes de las componentes de la suma de cuentas de abono y usuarios gratuitos (free), el número obtenido tiene un significado impreciso en términos absolutos, aunque se considera puede resultar indicativo de la evolución del sector en términos relativos.

7. Glosario

Con el propósito de facilitar la lectura del presente comunicado se incluye el siguiente glosario, que contiene los términos de uso más frecuente en esta información de prensa:

Internet: es una red de redes de computadoras unidas mediante líneas telefónicas, fibras ópticas, cables submarinos y enlaces por satélite. Normalmente, los usuarios se conectan a la red mediante la utilización de los servicios de un Proveedor de Acceso, al cual se puede acceder mediante comunicaciones telefónicas (dial-up), banda ancha (ADSL, cablemodem, conexión inalámbrica o satelital), o enlaces punto a punto. Los sistemas de comunicaciones más importantes utilizados sobre la red son el correo electrónico (e-mail), transferencia de archivos (File Transfer Protocol, FTP), los foros de discusión y el World Wide Web (www). Las computadoras interactúan mediante programas (software) que implementan protocolos de comunicación (lenguajes que permiten el intercambio de datos entre computadoras), disponibles en todo el mundo.

Carrier: infraestructura física por la cual se transportan datos, voz o imagen. También se refiere a la empresa que ofrece el servicio de transmisión o conducción de señales. A los efectos de la encuesta se consideró carrier a toda empresa que suministra conexión a uno o más Proveedores de Accesos a Internet (ISP).

Acceso: en el contexto del presente informe se define como la suma de las cuentas de abono y los usuarios gratuitos (free).

Cuenta de abono: en el contexto del presente informe se refiere a la cantidad de conexiones contratadas entre proveedores de accesos y sus respectivos clientes, por los que se paga un abono (normalmente de periodicidad mensual).

Cuenta de abono residencial: comprende a las cuentas que son provistas a clientes particulares donde no se discrimina el Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la factura y el uso del servicio es exclusivamente hogareño.

Cuenta de abono de organizaciones: comprende a las cuentas que son provistas a empresas públicas y/o privadas donde se discrimina el IVA en la factura. Se incluyen en este tipo de categoría a los exentos de IVA y profesiones que utilizan el servicio para fines comerciales y sus actividades laborales.

Usuarios gratuitos (free - libres): representan un caso especial, aunque no poco frecuente de accesos dial-up, que se conectan a Internet sin efectuar el pago de abonos mensuales, pero acceden mediante conexiones que no cuentan con la reducción de tarifa telefónica o bien no abonar los minutos de conexión telefónica.

Usuario gratuitos (free) residencial: en el contexto del presente informe es la persona física que se conecta a Internet. En particular, el usuario gratuitos (free - libre) es la persona que accede a Internet utilizando para ello los servicios de un servidor gratuito (por el cual no paga abono mensual).

Usuario gratuitos (free) de organizaciones: en el contexto del presente informe es la persona jurídica que se conecta a Internet. El usuario gratuitos (free - libre) de organizaciones comprende a empresas, organismos de gobierno, profesionales en el ejercicio de su actividad, organizaciones no gubernamentales, escuelas, universidades, etc., que accede a Internet utilizando para ello los servicios de un servidor ISP en forma gratuita (por el cual no paga abono mensual). En particular, puede o no abonar los minutos de conexión telefónica con la empresa que le

brinda el servicio de telefonía básica. También se incluyen las cuentas de "cortesía" a empresas.

Proveedores de acceso a Internet (Internet service providers - ISP): a los efectos del presente informe se considera ISP a toda empresa que suministra servicio de conexión a Internet a por lo menos un usuario particular u organización no prestadora de servicio de acceso. Entre las modalidades de conexión que ofrecen estas empresas pueden señalarse:

Dial-Up (accesos telefónicos): son conexiones que se realizan a través de una llamada telefónica local utilizando un equipo denominado módem o modulador/demodulador. En este tipo de conexión el usuario abona los pulsos telefónicos consumidos y el servicio de acceso a Internet. Generalmente el servicio de acceso se paga mediante un abono mensual al ISP, que a su vez habilita al usuario de Internet un acceso telefónico de tarifa reducida (que en las principales ciudades del país se realiza mediante comunicaciones a números telefónicos con el prefijo 0610).

Banda ancha: Por lo general, en este tipo de conexión los usuarios tienen acceso permanente a Internet, aunque recientemente se han incorporado modalidades de contratación limitados a determinadas bandas horarias. El abonado a este tipo de servicio no paga pulsos telefónicos. Entre las modalidades del mismo pueden señalarse:

DSL - Digital Subscriber Line (línea de abonado digital): La conexión se realiza mediante el cableado de los operadores telefónicos. Existen distintos tipos de DSL, que presentan diferentes alternativas y velocidades de acceso a Internet, entre las cuales la más frecuente en la República Argentina es el ADSL.

Cablemódem: La conexión se realiza mediante cable coaxial, aprovechando el cableado de los operadores de cable.

Conexión Satelital o Inalámbrica (Wireless): En este caso la transmisión es realizada por medio de un satélite que es alquilado por el ISP o bien por un acceso inalámbrico, que conecta al usuario con el ISP mediante una antena satelital instalada en su domicilio.

Líneas punto a punto: son **enlaces dedicados** con conexiones punto a punto, punto a multipunto, etc. con el ISP. Comprende tres categorías según su conexión en el último tramo con el ISP:

> **Accesos / Enlaces dedicados por la Red Terrestres:** enlaces punto a punto, punto a multipunto que utilizan como medio de conexión: cable, fibra óptica, cobre etc.

> **Accesos / Enlaces dedicados por Satélite:** acceso que utiliza servicios satelitales externos con una estación terrestre satelital.

> **Accesos / Enlaces dedicados por Microondas:** medio de acceso inalámbrico, enlace de radio. Espectro radioeléctrico de alta capacidad.

Se encuentran disponibles en internet:

Fechas de difusión de los próximos Informes de prensa: http://www.indec.gov.ar/contacto/servicio_calendario.asp

Informes de prensa anteriores en formato pdf: http://www.indec.gov.ar/principal.asp?id_tema=5093