



## **Consumo móvil en Argentina**

Los móviles prueban ser indispensables en un mundo "siempre" conectado

Diciembre 2017

# Acerca del reporte

Estar un paso delante de los rápidos cambios en los hábitos de consumo es una de las piedras angulares de la práctica de Tecnología, Medios y Telecomunicaciones de Deloitte. Como prueba de nuestra dedicación en comprender la industria, hemos realizado nuevamente una extensa encuesta que revela las tendencias claves en los mercados móviles del mundo, incluido la Argentina. La encuesta se centra en estudiar los comportamientos de los consumidores, tendencias y opiniones sobre un amplio rango de tecnologías, productos y servicios móviles.

El presente reporte está basado en la encuesta global realizada por la firma que cubre 6 continentes, 31 países y 49.000 entrevistados, los

cuales representan cerca del 70% de total mundial de la población. Las conclusiones en este reporte están basadas en el análisis de los datos resultantes de esta encuesta, con foco en los datos de nuestro país. En Argentina, la muestra se realizó sobre 2000 casos, integrando diferentes edades, regiones, niveles de ingresos, perfiles de consumo, entre otras variables.

Los tópicos que cubrimos en este informe son:

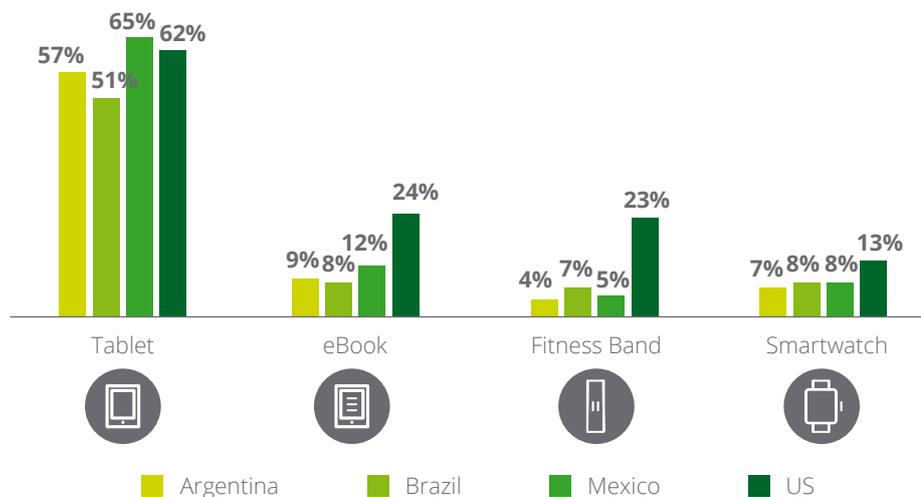
- **Dispositivos que nos conectan**
- **Internet de las Cosas**
- **Hábitos de Consumo en ámbitos informales y laborales**
- **Mercado de pagos**
- **Privacidad de los datos**

# Dispositivos personales que nos permiten estar conectados

## Comparándonos con el mundo

Partiendo de los resultados de la encuesta globales y para Argentina se pueden distinguir dos grupos de dispositivos según su madurez y nivel de utilización. Aquellos que consideramos básicos que cuentan con un mercado maduro en Argentina y aquellos que por el contrario están en desarrollo y que básicamente representan accesorios como ser un Smart Watch, Fitness Band o un complemento personal como ser un e-book. Esta división puede verse claramente en el siguiente gráfico.

### ¿Posee o tiene acceso a alguno de los siguientes dispositivos?



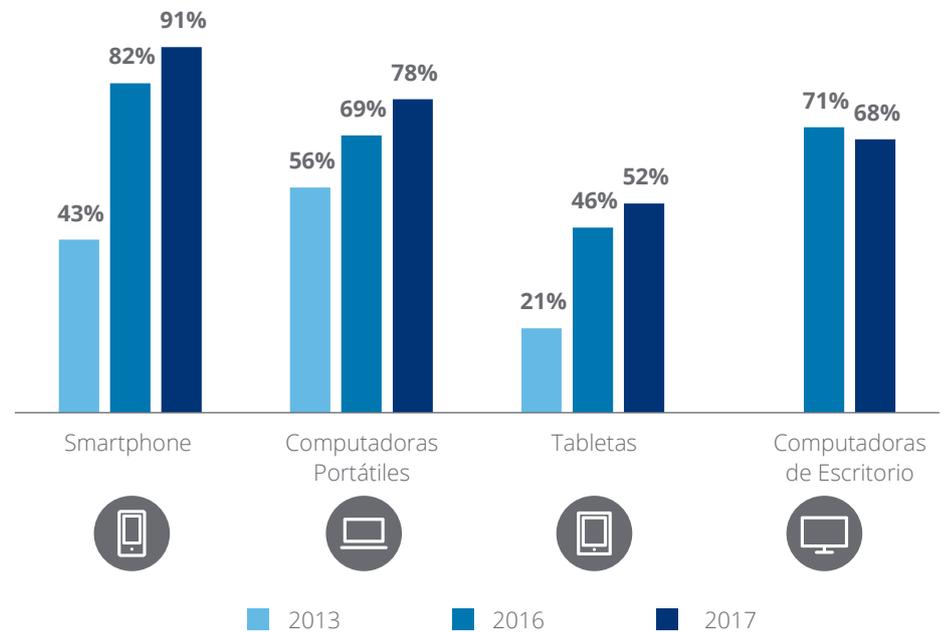
Creemos que esta tendencia de una mayor penetración de productos como eBook, Fitness Band o Relojes Inteligentes en países desarrollados como Estados Unidos está asociada a tanto a un mayor ingreso como a un desarrollo en el consumo en estos países (pueden percibirse beneficios más claramente en la utilización de estos dispositivos). Si bien en la Argentina se han identificado iniciativas de venta de Relojes Inteligentes por parte de las operadoras, entendemos que no ha sido masivo y que sus fines en principio eran publicitarios.

Se pueden distinguir dos grupos de dispositivos según su madurez y nivel de utilización. Aquellos que consideramos básicos que cuentan con un mercado maduro en Argentina y aquellos que por el contrario están en desarrollo

## Dispositivos con un Mercado Maduro

En relación con los dispositivos de este grupo y como puede preverse, el número de usuarios de dispositivos continúa en ascenso, salvo en el caso de las computadoras de escritorio que comienzan a mostrar un declive. En líneas generales la apertura por región, sexo o condición social es homogénea y no se observan variaciones significativas.

Evolución del acceso a dispositivos con un Mercado Maduro (Argentina)



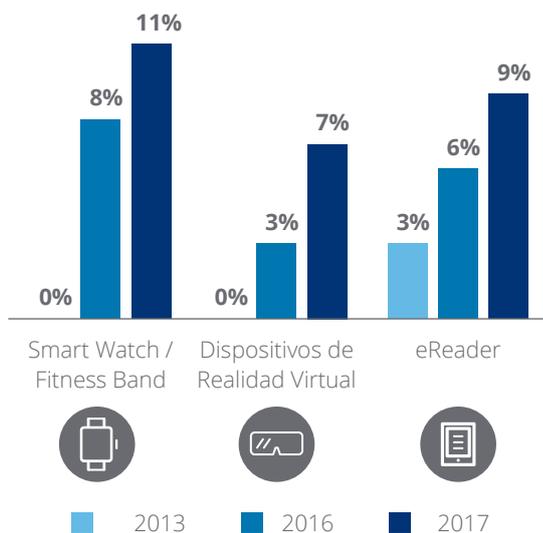
## Dispositivos con un Mercado en Desarrollo

Dentro de los dispositivos con un mercado en desarrollo creemos importante notar el porcentaje de adopción, sino la "usabilidad" de cada uno que varía significativamente con los dispositivos que tienen un mercado maduro y que están en crecimiento.

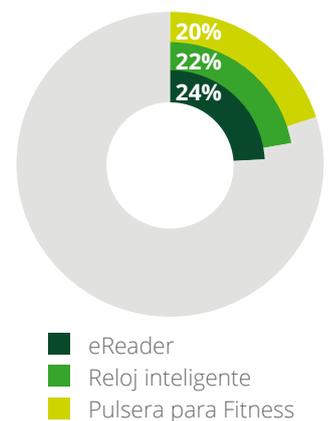
Si bien se puede notar un crecimiento de estos productos año a año, como se muestra en el gráfico a continuación, puede observarse que su nivel de uso en los últimos 3 meses es bajo.

Evolución del acceso a dispositivos con un Mercado en Desarrollo y su Nivel de Uso en los Últimos 3 Meses

Adopción de Dispositivos



Nivel de Uso en los Últimos 3 meses



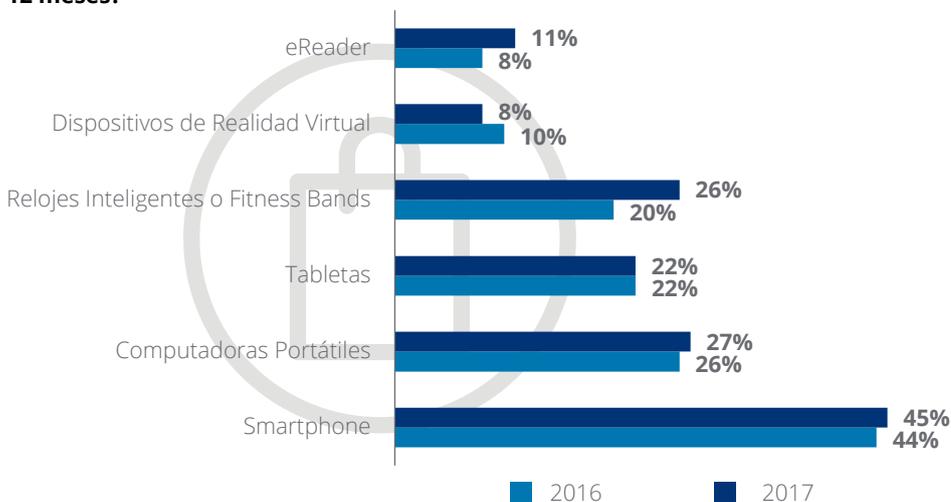
Si bien se puede notar un crecimiento de estos productos año a año, puede observarse que su nivel de uso en los últimos 3 meses es bajo

## Cómo impactan las nuevas tecnologías en la compra de dispositivos y cuáles son las intenciones de compra para los próximos 12 meses

Un 40% de los encuestados afirma situarse dentro de lo que se considera en la industria un "Early Adapter" o un "Early considerer" ya que estaría dispuesto a cambiar su dispositivo por lo "último" que haya salido en el mercado, mientras que un 37% sólo consideraría el cambio de dispositivo en caso que el suyo funcione mal o se rompa.

Cuando se analizan las intenciones de compra de dispositivos para los próximos 12 meses, el mercado de teléfonos inteligentes en Argentina todavía mantiene el liderazgo. En las respuestas se observa que las intenciones de compra de dispositivos de vestir en nuestro país están comenzando a ganar terreno alcanzando a un 26% de los encuestados, superando por primera vez a la intención de compra de tabletas. El mercado de eReader acompaña la tendencia creciente y sólo los dispositivos de realidad virtual parecen despegarse de esta tendencia.

### ¿Cuáles de los siguientes dispositivos es probable que compre en los próximos 12 meses?



A partir de los resultados obtenidos pueden identificarse determinadas preferencias por género para determinados dispositivos, como ser que dispositivos como Relojes Inteligentes o Fitness Band son preferidos por hombres a la hora de adquirirlos.

El 87% de los encuestados afirman que el teléfono que poseen era nuevo cuando lo adquirieron y sólo el 20% de los encuestados manifestaron haber comprado el teléfono online. Curiosamente, el nivel de compra en canales online de estos dispositivos en mercados desarrollados (en los cuales podría esperarse un nivel mayor de compra online) es prácticamente el mismo, siendo los locales de las operadoras los preferidos por los consumidores.

El 87% de los encuestados afirman que el teléfono que poseen era nuevo cuando lo adquirieron y sólo el 20% de los encuestados manifestaron haber comprado el teléfono online

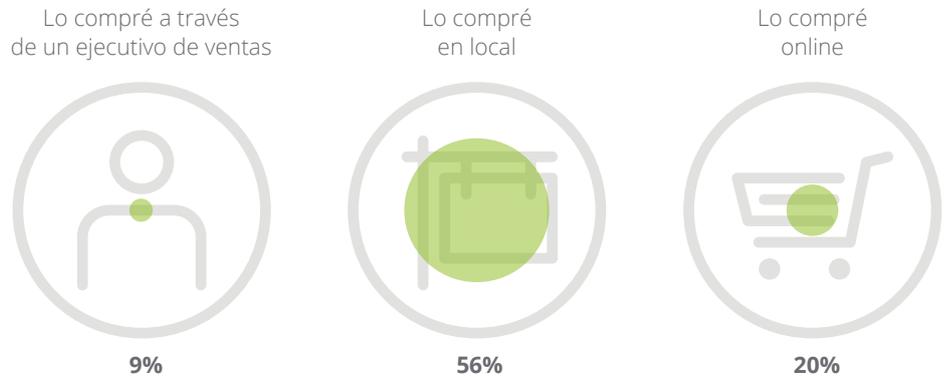
Resulta interesante ver cómo se relaciona la preferencia por determinados dispositivos con determinadas actividades.

En este sentido, para ver programas de TV, películas o series, siguen prefiriéndose los dispositivos de mayor porte como televisores o incluso laptops, antes que los teléfonos móviles.

Por otro lado, si bien existen aplicaciones para Teléfono Móvil muy populares, para actividades como control de saldos bancarios, navegación y compras online siguen prefiriéndose las Laptops o Computadoras de Escritorio.

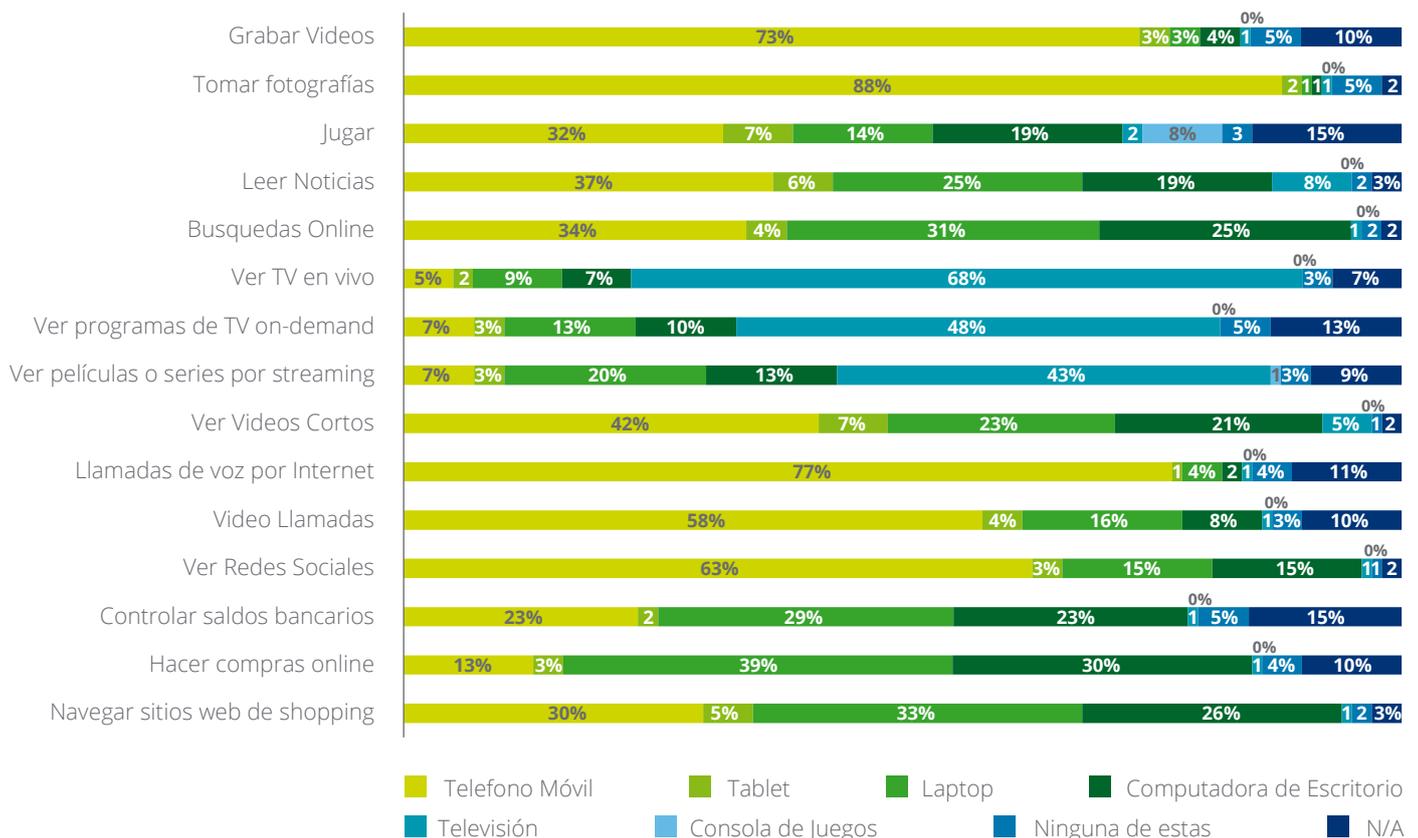
Ahora bien, el Teléfono Móvil se consolida y avanza en actividades tradicionales y no tanto, como Grabado de Videos, Tomado de Fotografías, Juegos, Lectura de Noticias, Búsquedas Online, Video Llamadas y Chequeo de Redes Sociales.

### ¿Cómo adquirió su teléfono?



El Teléfono Móvil se consolida y avanza en actividades como Grabado de Videos, Tomado de Fotografías, Juegos, Lectura de Noticias, Búsquedas Online, Video Llamadas y Chequeo de Redes Sociales

### ¿Qué dispositivo prefiere para realizar las siguientes actividades?



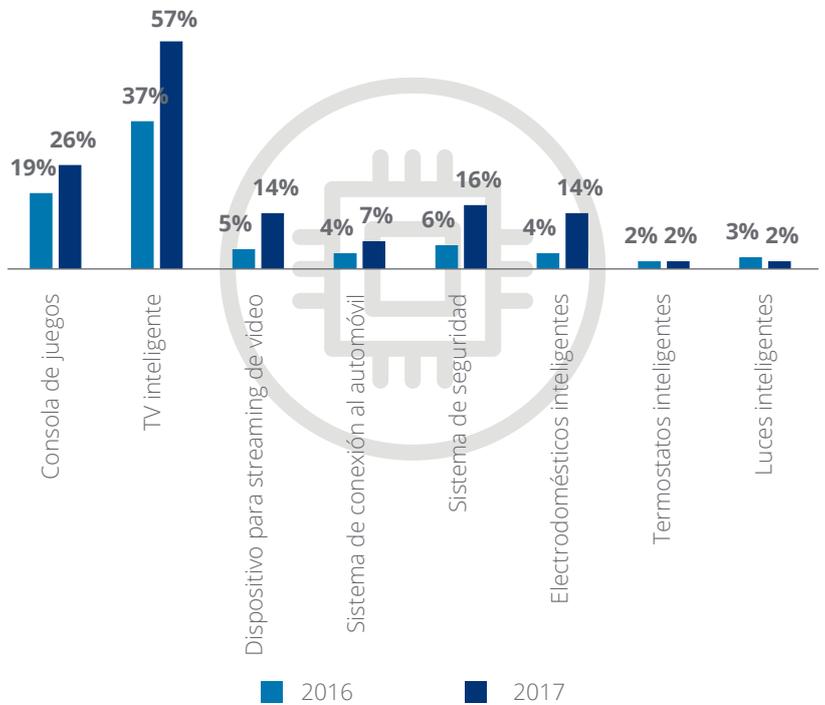
# Conexión de nuestros objetos cotidianos (o Internet de las Cosas)

La conexión con internet de objetos cotidianos sigue avanzando y es dominada ampliamente por los dispositivos de entretenimiento, con la TV Smart como su principal exponente. El acceso o posesión de todos los dispositivos consultados se ha incrementado salvo aquellos que tecnológicamente no representan una novedad y/o requieren de determinados controladores que actualmente no son fáciles de obtener en el mercado local.

A diferencia de años anteriores, el aumento en dispositivos de seguridad o bien electrodomésticos inteligentes ha sido particularmente significativo por la mayor oferta existente en el mercado y, seguramente, cuestiones socio-económicas (ej. Seguridad) propias del país.

Entendemos que si bien se está hablando mucho de Internet de las Cosas, al menos desde el punto de vista de las operadoras no está clara su monetización.

¿Cuáles de los siguientes dispositivos conectados posee o tiene a su disposición?



# Conectados en todo momento

No importa el país, todos los encuestados tienen algo en común – consultar el teléfono inteligente es una de las primeras y últimas actividades que realiza la mayoría de las personas todos los días.

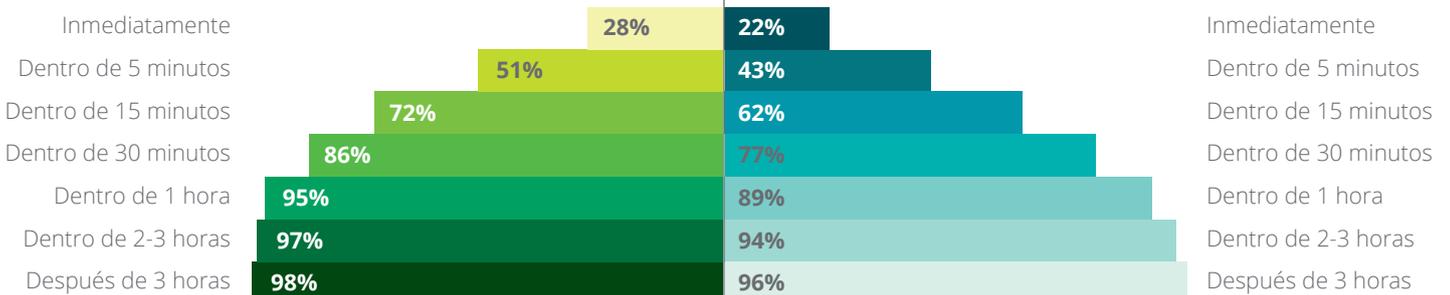
En Argentina, en el transcurso de la primera hora desde el momento en que se despiertan, el 95% de los encuestados ya habrán consultado sus dispositivos. Y una hora antes de dormir, el 90% habrá consultado su teléfono por última vez.



**Normalmente, ¿cuánto tiempo transcurre entre que se despierta y ve su teléfono por primera vez (sin incluir el momento de apagar la alarma de su teléfono)?**



**Al final del día, normalmente, ¿cuánto tiempo transcurre entre que ve su teléfono por última vez y se prepara para dormir (sin incluir fijar la alarma del teléfono)?**

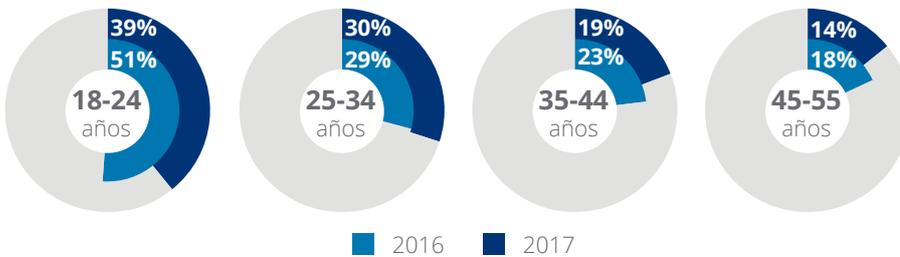


En término del número de veces al día que las personas consultan sus teléfonos inteligentes, Argentina es el país donde los usuarios móviles parecen estar más conectados o pendientes de sus dispositivos: el 9% los usuarios respondieron consultar sus móviles 100 veces o más y el 11% indicaron que consultan sus móviles más de 200 veces al día, muy superior a otros países donde la media ronda en 5% en este segmento de consumidores.

Un dato sorprendente que arroja la encuesta y reafirma esta tendencia de “estar siempre conectados” de nuestro país reside en el hecho de que el 26% de las personas han declarado que consultan sus teléfonos inteligentes en medio de la noche para consultar redes sociales. La interrupción del sueño es aún más marcada en el segmento más joven (18-24 años) donde estos índices alcanzan el 39%, si bien se registró una significativa caída respecto del año anterior (51%).

Argentina es el país donde los usuarios móviles parecen estar más conectados o pendientes de sus dispositivos

**¿Qué porcentaje chequea redes sociales durante la noche?**



**¿Cuál o cuáles de las siguientes actividades realiza al consultar el teléfono móvil en el medio de la noche?**



La interrupción del sueño es aún más marcada en el segmento más joven (18-24 años) donde estos índices alcanzan el 39%

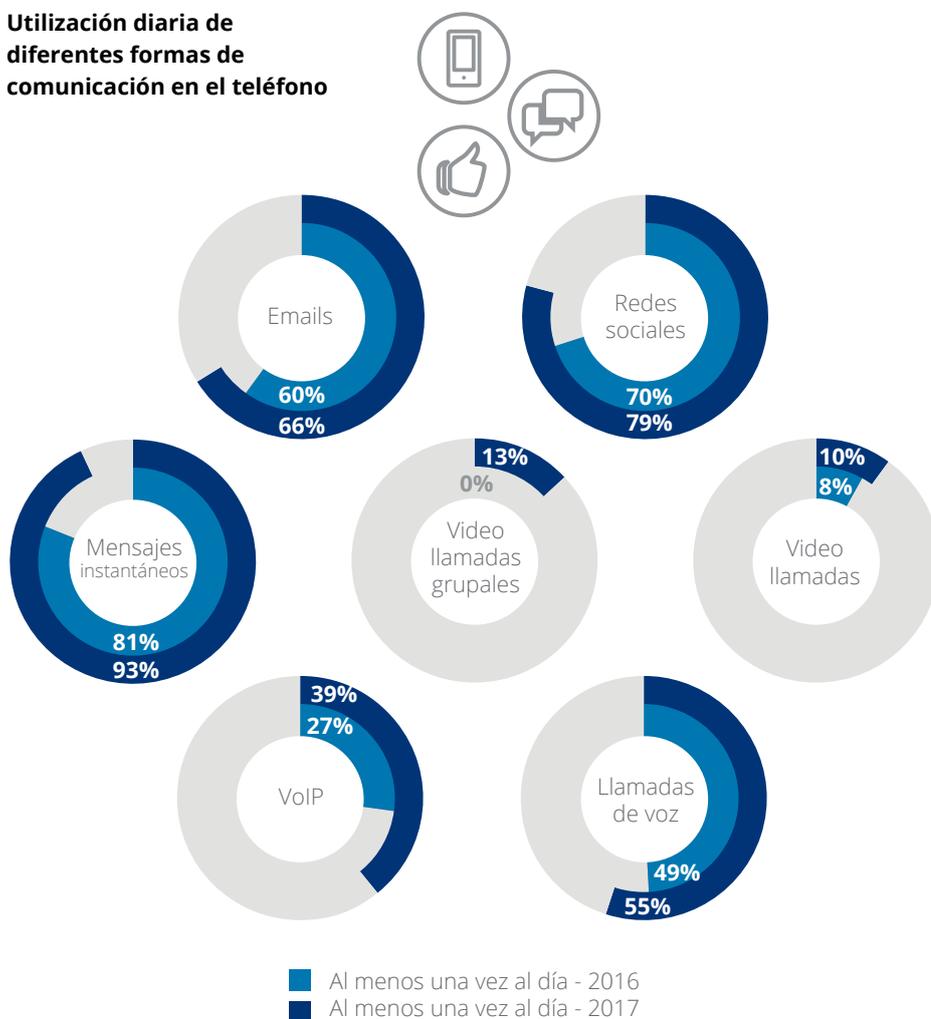
# Mensajes Instantáneos, el medio de comunicación preferido de los argentinos

Las comunicaciones basadas en servicios de datos - mensajes instantáneos, notificaciones de redes sociales, correos electrónicos - son cada vez más elegidas por los argentinos, desplazando la comunicación por voz al cuarto lugar de preferencia.

En el resto del mundo, tanto en países desarrollados como en desarrollo, se observa el mismo esquema, percibiéndose a los servicios de voz como fundamentales aunque hayan perdido participación en el juego.

Las comunicaciones basadas en servicios de datos - mensajes instantáneos, notificaciones de redes sociales, correos electrónicos - son cada vez más elegidas por los argentinos

## Utilización diaria de diferentes formas de comunicación en el teléfono



Nuestra encuesta permite ver que se ha incrementado el uso diario de todas las formas de comunicación, apareciendo nuevas como las video llamadas grupales. Buena parte de este incremento está asociado a las mejoras tecnológicas que ofrecen mayor usabilidad en estas formas.

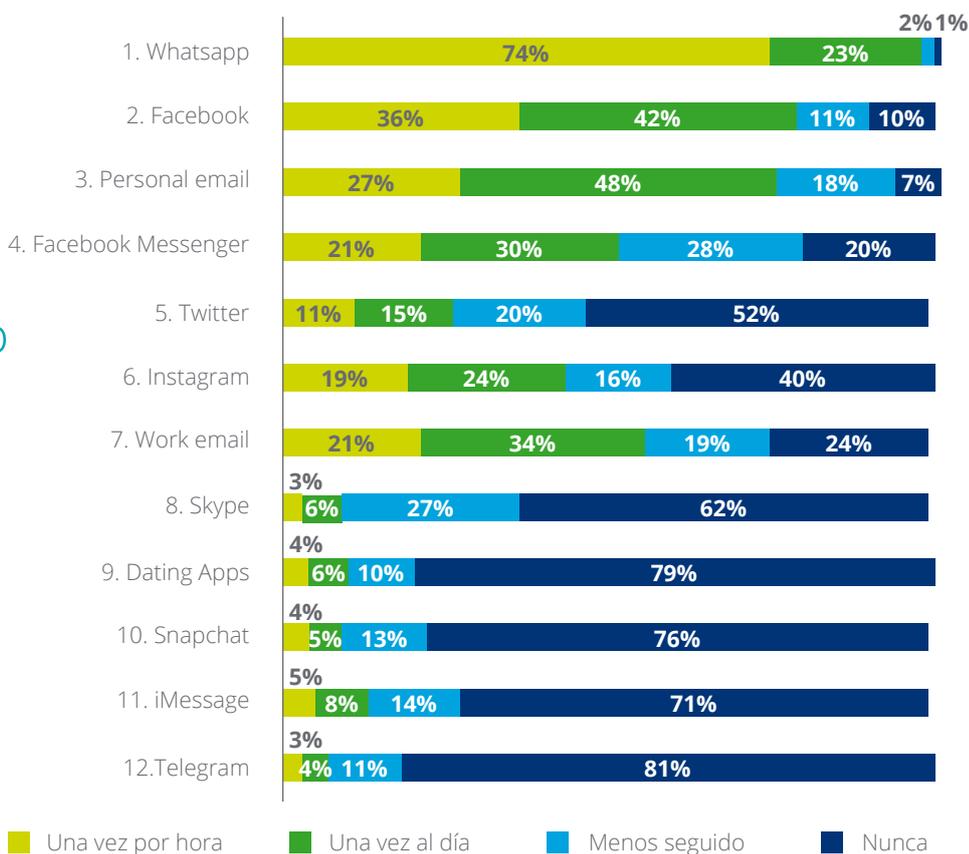
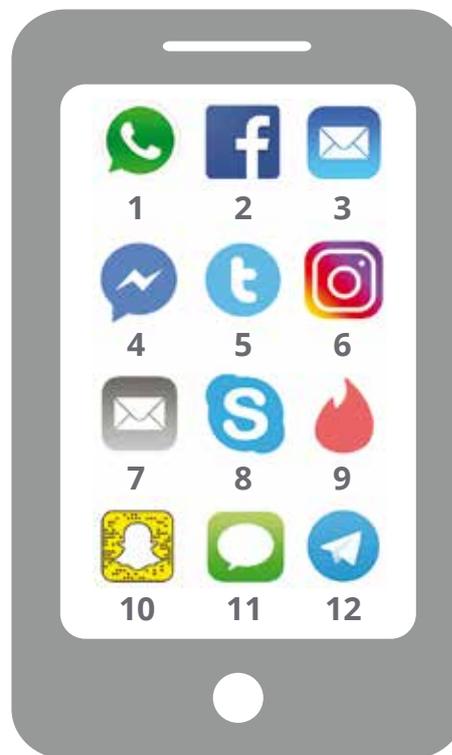
En el ámbito de las aplicaciones de comunicaciones, Whatsapp lidera la preferencia de uso de los argentinos con un 99% de las personas que poseen teléfonos inteligentes utilizando esta aplicación. El hecho sobresaliente no es solamente los altos índices de utilización, superiores al promedio otros países sino la frecuencia con que se utiliza. El 74% de los argentinos han declarado utilizar esta aplicación al menos 1 vez por hora, incrementándose los valores respecto del año pasado. Entendemos que esta tendencia se ha acelerado, impulsado por operadoras que han lanzado promociones como "Whatsapp ilimitado".

En segundo plano, aplicaciones como Facebook o de acceso a correo personal tienen un acceso diario de entre 75% y 78% de los encuestados.

## En el ámbito de las aplicaciones de comunicaciones, Whatsapp lidera la preferencia de uso de los argentinos con un 99% de las personas que poseen teléfonos inteligentes utilizando esta aplicación

Como nota de color, el uso de Hombres duplica al de las mujeres en el segmento de Dating Apps o Aplicaciones para Citas (el 26% de los hombres y el 13% de las mujeres informaron su uso). Su uso se encuentra liderado por el segmento joven de 18 a 24 años, y los resultados mostraron un creciente uso en los segmentos mayores respecto del año anterior.

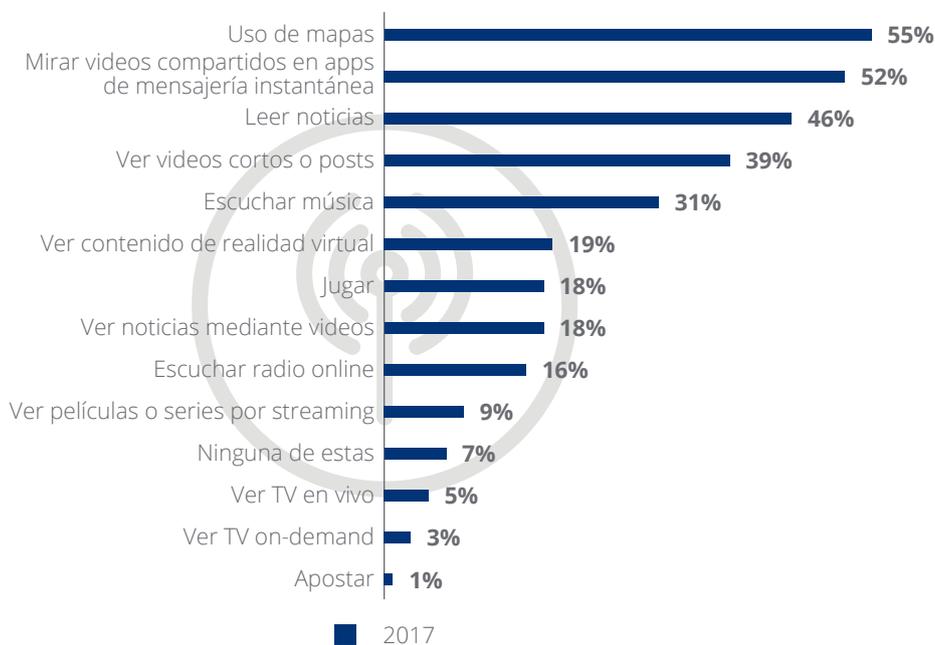
### Qué aplicaciones tienes en tu celular y con qué frecuencia las usas?



## El uso del teléfono inteligente en Argentina, mucho entretenimiento y poco trabajo

Mientras están conectados a la red móvil, los encuestados revelaron que el uso de mapas se ubica como la actividad más utilizada por ellos. La interacción con videos compartidos en aplicaciones de mensajería instantánea se ubicó sorprendentemente en el segundo lugar.

### ¿Qué actividades realiza mientras está conectado a su red móvil?



La lectura de noticias ocupó un importante lugar entre estas actividades. Detrás de estos números se encuentra una intensa puja entre los portales de noticias y las redes sociales como canal de consumo de las mismas.

Los argentinos han integrado su celular a las actividades que realizan diariamente. Después del Transporte Público, el trabajo es el lugar donde más intensamente se utiliza el celular, siendo del 45% y 42%, respectivamente.

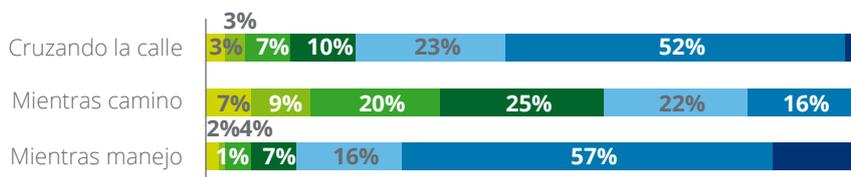
En un segundo orden, su utilización está instalada en ámbitos informales tanto grupales como individuales, así como en reuniones con amigos y familia; de compras o mirando TV. Entre el 32% y el 50% de los consultados informó un uso frecuente en estos ámbitos.

Estos patrones pueden observarse en los siguientes gráficos que, para una mayor comprensión, hemos decidido dividir en Hábitos Riesgosos, ¿Somos educados? y Hábitos Generales;

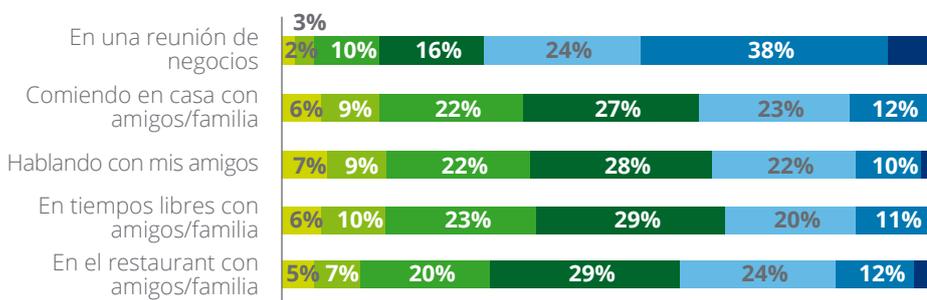
Mientras están conectados a la red móvil, los encuestados revelaron que el uso de mapas se ubica como la actividad más utilizada por ellos

**¿Cuán a menudo, si es que lo haces, usas tu celular mientras realizas estas actividades?**

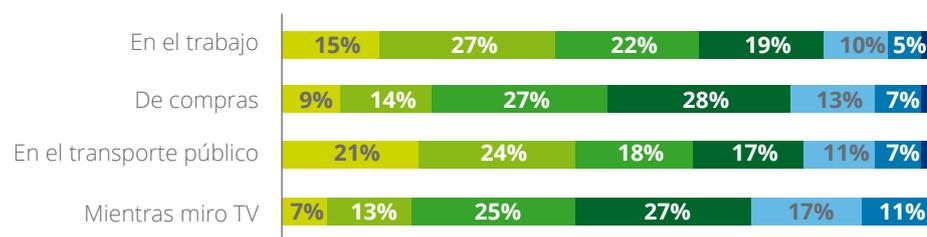
**Hábitos riesgosos**



**¿Somos educados?**



**Hábitos generales**

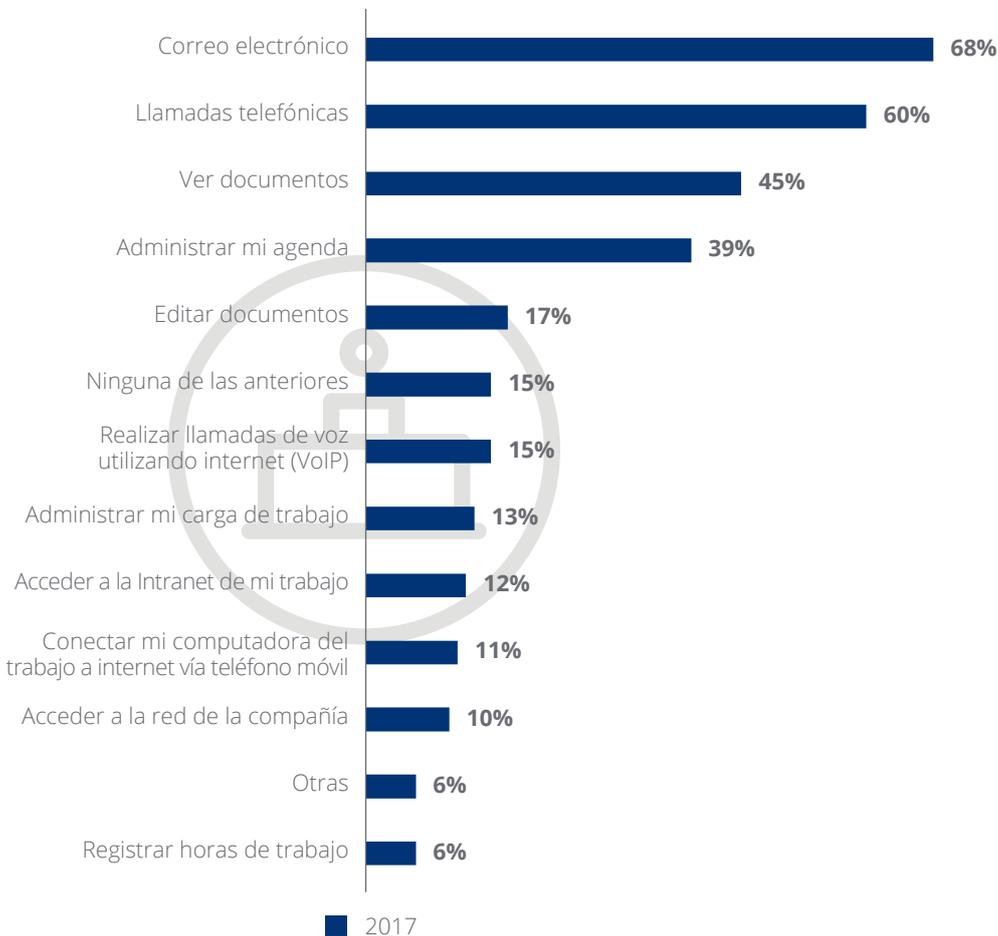


Curiosamente, si bien el uso del teléfono inteligente en el ámbito laboral se posicionó como de los más frecuentes, es bajo el uso de aplicaciones relacionadas con el trabajo. Sólo el uso del correo electrónico, llamadas telefónicas, la visualización de documentos y el manejo de la agenda se evidencian como las actividades preferidas para llevar desde el celular.

Creemos que esto marca el desafío de transformación digital que hay por delante para determinados procesos en el trabajo.

Si bien el uso del teléfono inteligente en el ámbito laboral se posicionó como de los más frecuentes, es bajo el uso de aplicaciones relacionadas con el trabajo

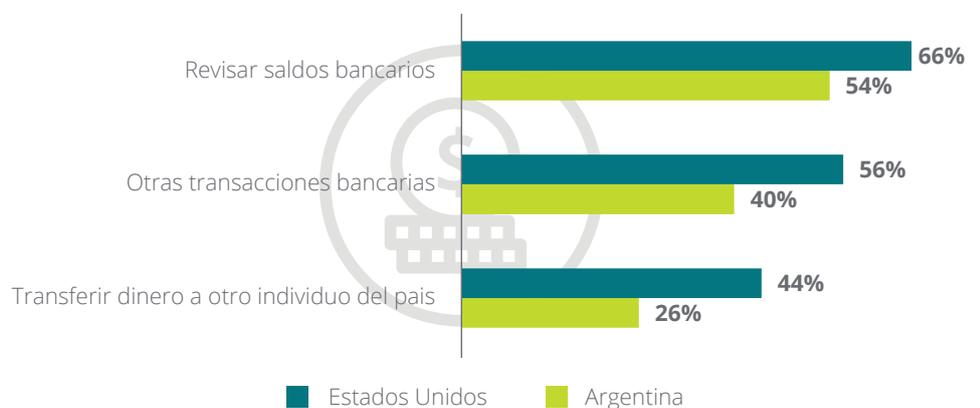
**¿Utiliza su teléfono inteligente para algunas de las siguientes actividades relacionadas con el trabajo?**



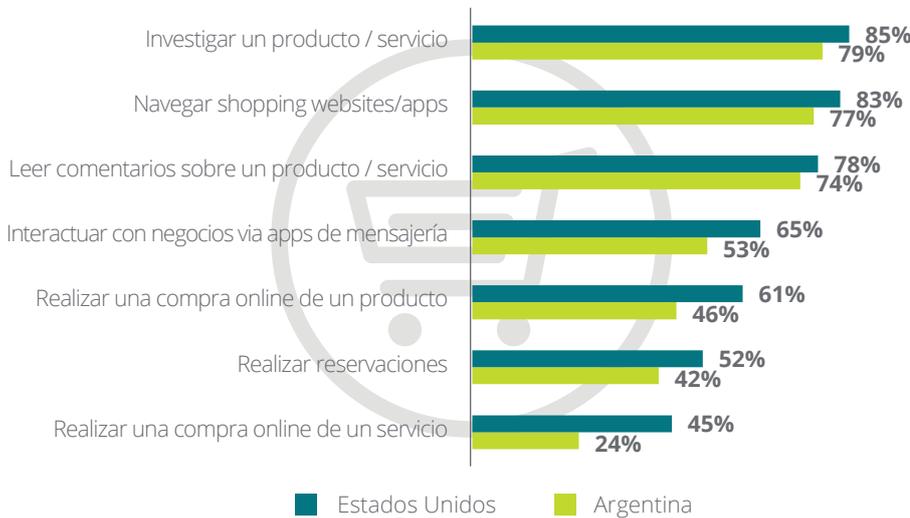
## Pago a través del móvil, en ascenso

La mayoría de los usuarios de dispositivos móviles en Argentina no se manifestaron muy proclives a realizar transacciones financieras desde sus dispositivos, aunque se evidencian leves incrementos respecto de años anteriores.

**¿Qué transacciones financieras realiza desde su teléfono?**



### ¿Qué transacciones relacionadas a “Compras” realiza desde su teléfono?



Si se consideran las actividades relacionadas con la adquisición de un bien o servicio, el consumidor argentino utiliza mayormente sus dispositivos móviles para la búsqueda, consulta, selección y reserva de productos. Si bien se ha incrementado respecto de años anteriores, un 46% ha declarado haber realizado una compra online de un producto y un 24% de un servicio.

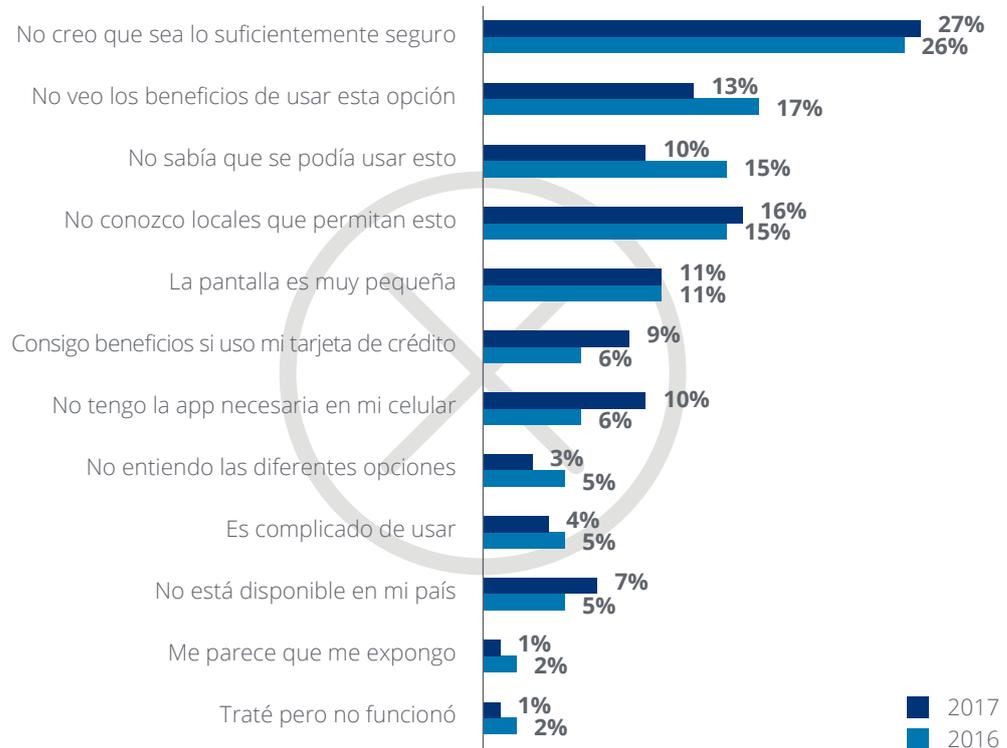
El pago en comercios a través de dispositivos móviles en reemplazo de dinero o tarjetas todavía se mantienen relativamente bajo en nuestro país, si se considera otros mercados.

En nuestro país, las barreras para masificar los sistemas de pagos en comercio a través de móviles, desde la percepción del consumidor son la seguridad, falta de entendimiento del beneficio este método de pago, la capacidad de los dispositivos y el desconocimiento de los comercios que utilizan esta tecnología.

2017 ha sido un año en que han comenzado a salir al mercado distintas variantes para pagos a través del Móvil, y las correspondientes publicidades han comenzado a surtir efecto en la concientización de la gente. En este sentido, y en línea con los resultados de nuestra encuesta:

- La cantidad de personas que manifiestan que no estaban al tanto de estas opciones se reduce
- La cantidad de personas que conocen qué app es necesaria para hacer uso de esta opción se incrementa

### ¿Cuáles son los motivos por los cuales todavía no realiza pagos desde su teléfono?



El pago en comercios a través de dispositivos móviles en reemplazo de dinero o tarjetas todavía se mantienen relativamente bajo en nuestro país

## Preferencia por conexiones Wi-Fi y 4G/LTE en ascenso

Los factores más relevantes que determinan la preferencia por conexiones Wi-Fi o 4G/LTE son, desde el punto de vista de las operadoras, la oferta de planes (del tipo "Data Centric", desde hace algunos años) y el estado de la infraestructura. Dependiendo de cómo estén planteados los mismos en los distintos mercados o segmentos, la preferencia se inclinará para uno u otro lado.

Así, el primer factor es el diseño u oferta de los planes de datos proporcionados por las operadoras, que incentivan o no el consumo de datos dependiendo también del precio correspondiente. Es importante mencionar que muchas veces existe un bajo entendimiento del consumidor respecto de la composición de los planes (cuánto incluye el plan, precio de los resets de cuota, las expiraciones, etc.) que puede atribuirse a una falta de claridad en diseño o comunicación; y esto impacta en la percepción del nivel del servicio.

El segundo factor, que hace a la calidad del servicio, es el nivel de infraestructura del que se dispone para brindar ambas formas de conexión. Si bien la percepción del cliente respecto del estado de la red no es buena, no siempre las dificultades que experimentan los clientes están asociadas a la misma (sino a la oferta de planes existente).

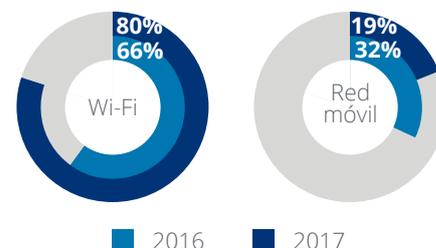
En esta línea, en Argentina se ha acentuado la preferencia en favor de la tecnología Wi-Fi respecto del año anterior, en detrimento de la red móvil, si bien más usuarios han informado su acceso a redes 4G/LTE. Esta preferencia por Wi-Fi también se verifica en Estados Unidos.

En suma, el 80% de los entrevistados que disponen de teléfonos inteligentes han declarado que utilizan con mayor frecuencia la conexión a través de tecnología Wi-Fi, contra un 66% que registró el año anterior.

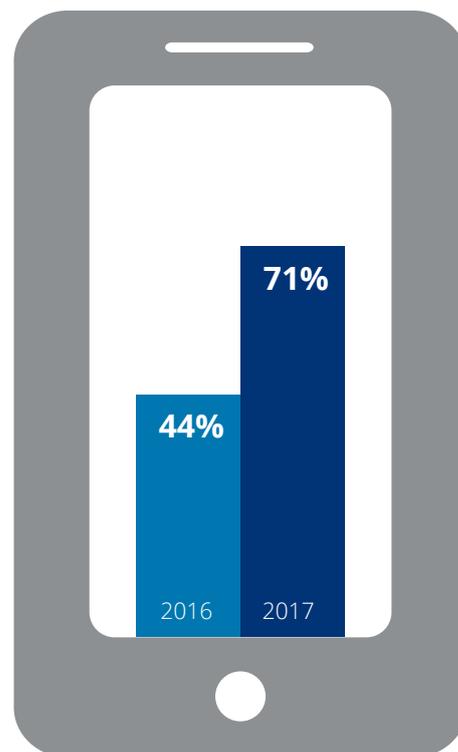
Si bien en Argentina la oferta de servicios 4G tiene poco tiempo en el mercado por parte de las empresas de telecomunicaciones, más del 70% de nuestros encuestados respondió tener su celular en una red 4G/LTE, mostrando un incremento notable respecto del año anterior.

Otro dato significativo que surge de la encuesta entre aquellos que la utilizan la tecnología 4G, es que, indistintamente de la locación (en el hogar, trabajo, facultad o viajando) existe entre un 28% y 37% de encuestados que considera que la velocidad ofrecida es inferior a la que se puede conseguir por Wi-Fi.

**En relación a cómo conecta sus dispositivos a internet, ¿qué tipo de conectividad utiliza más frecuentemente?**



**¿Tiene su celular en una red 4G/LTE?**



Los factores más relevantes que determinan la preferencia por conexiones Wi-Fi o 4G/LTE son, desde el punto de vista de las operadoras, la oferta de planes (del tipo "Data Centric", desde hace algunos años) y el estado de la infraestructura

## La idea de Privacidad también cambia

Nuestra encuesta nos permitió identificar un incremento respecto del año anterior en los tipos de información que los usuarios comparten o están dispuestos a compartir.

En general, los datos que más se comparten son el mail, el nombre y las fotos, siendo todos estos datos que más del 50% de respuestas positivas.

Así, se registraron incrementos en datos como: el historial de búsqueda, el listado de contactos de los usuarios y el nombre de los mismos. Esto puede atribuirse tanto a beneficios que los usuarios perciben en la customización de las ofertas, como a una consolidación del perfil digital de los usuarios.

Por el contrario, registramos retrocesos en datos como las fotos personales de los usuarios, pudiéndose atribuir a un mayor reparo ante la divulgación de cuestiones íntimas de la vida de los mismos.

En general, el 73% de los usuarios creen que las compañías con las cuales interactúan utilizan sus datos personales, y el 63% cree que los mismos son a su vez compartidos con otras compañías.

Creemos que la utilización y provecho económico que actualmente se obtiene de la información agregada para evitar problemas con ley de datos personales es prácticamente nulo en general, con lo cual hay muchas mejoras por implementar a futuro.

### ¿Qué datos personales comparte o está dispuesto a compartir online?



En general, los datos que más se comparten son el mail, el nombre y las fotos, siendo todos estos datos que más del 50% de respuestas positivas

# Contactos

**Nicolás Luppi**

Socio Líder de Analytics y de la industria de  
Tecnología, Medios y Telecomunicaciones (TMT)

**Martín Chiappe**

Analytics & Digital Manager

[www.deloitte.com/ar](http://www.deloitte.com/ar)

# Deloitte.

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía ("DTTL"), su red de firmas miembro, y sus entidades relacionadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades únicas e independientes y legalmente separadas. DTTL (también conocida como "Deloitte Global") no brinda servicios a los clientes. Por favor acceda a [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para conocer más sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte brinda servicios de audit & assurance, consultoría, asesoría financiera, risk advisory, impuestos y servicios relacionados a empresas públicas y privadas que abarcan múltiples industrias. Deloitte presta servicios a cuatro de cinco compañías del Fortune Global 500® a través de una red global de firmas miembro en más de 150 países y territorios brindando sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos del negocio. Para conocer más sobre cómo los aproximadamente 245.000 profesionales de Deloitte "generan impactos que trascienden" por favor contáctese con nosotros en Facebook, LinkedIn o Twitter.

Deloitte en Argentina, es miembro de Deloitte LATCO. Deloitte LATCO es la firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y los servicios son prestados por Deloitte & Co. S.A. y sus subsidiarias, las que se cuentan entre las firmas de servicios profesionales líderes en el país, prestando servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero y servicios relacionados, con aproximadamente 2.000 profesionales y oficinas en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Rosario. Reconocida como un "empleador de elección" por sus innovadores programas de recursos humanos, está dedicada a generar impactos que trascienden en los clientes, las personas y la sociedad.

Esta comunicación solamente contiene información general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "Red Deloitte") es, por medio de esta comunicación, presta asesoría o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o realizar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, usted debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte se hace responsable de cualquier pérdida que pueda sufrir cualquier persona que confíe en esta comunicación.