

Telefónicas 'apagan' 2.9 millones de líneas al 1er semestre de 2014 (El Financiero 22/09/14)

Telefónicas 'apagan' 2.9 millones de líneas al 1er semestre de 2014 (El Financiero 22/09/14) Ana Martínez amartinez@elfinanciero.com.mx Lunes, 22 de septiembre de 2014 Firmas como Amóvil y Nextel pretenden reducir sus costos ante clientes inactivos. Telefónica fue la que más desconectó líneas con 1.9 millones en la primera mitad del año. América Móvil (Amóvil), Telefónica y Nextel desconectaron 2 millones 896 mil líneas de telefonía celular en el primer semestre de 2014, en su esfuerzo por reducir costos de operación ocasionados por usuarios inactivos, generar espacio para arrendar infraestructura a nuevos operadores y, en casos como el de Telcel, disminuir su participación de mercado ante la necesidad de dejar de ser un agente económico preponderante en telecomunicaciones. Según datos de las empresas, 2.1 millones de las desconexiones ocurrieron en el primer trimestre y 796 mil durante el segundo cuarto del 2014, con lo que el mercado móvil contabilizó un total de 102.9 millones de líneas al cierre de junio. Telcel, la firma de Carlos Slim, se deshizo de 662 mil líneas de prepago entre enero y junio de 2014; mientras que Telefónica, que renta su infraestructura a los nuevos Operadores Móviles Virtuales (OMVs), como Virgin y Maz Tiempo, 'apagó' 1.9 millones de celulares sin contrato. Por su parte, Nextel perdió 333 mil 400 suscriptores a junio del presente año. La tasa de desconexiones ('churn rate' en inglés) es el indicador que refleja el grado de satisfacción de los clientes, el impacto de políticas encaminadas a promover la competencia, así como de las técnicas de marketing de los operadores y los niveles de precios de los oferentes en el mercado. Una baja tasa de desconexión refleja la solidez que un operador tiene en el mercado mexicano, según The Competitive Intelligence Unit. "La mayoría de ellas son líneas ociosas que no han realizado recargas entre tres meses y un año y que no han utilizado el servicio. Ésta es una estrategia de los operadores, quienes al final de determinado periodo se encargan de desconectarlas ya que como líneas vivas les generan costos de mantenimiento", explicó Valeria Romo, analista de Monex Casa de Bolsa. Por su parte, Homero Ruíz, de Signum Research, explicó que los operadores de telefonía móvil también se interesan en adoptar la estrategia de desconexión de usuarios que no generan ingresos para actualizar sus bases de datos y poder tener un panorama real de sus métricas operativas, tales como el ARPU (ingreso promedio mensual por usuario), el objetivo y metas de participación de mercado por número de suscriptores. Telcel es parte del grupo económico que fue declarado como preponderante en el sector de telecomunicaciones de México y recientemente América Móvil, su controladora, anunció un plan para reducir su participación de mercado a través de la venta de suscriptores. Nextel aumentó su tasa de desconexiones a 3.57 por ciento en los primeros seis meses del año de 2014, en comparación con 2.2 por ciento del mismo periodo del año pasado, cuando se posicionó como el operador con el 'churn rate' más bajo del mercado. La compañía lo atribuye a la desactivación de la red iDEN de Sprint y a un bajo nivel de migración a la red de WCDMA, lo cual creó una percepción negativa sobre la calidad de sus servicios en el mercado mexicano. "Esto hizo muy difícil el atraer clientes y retener suscriptores, lo cual resultó en una disminución de nuestra base de suscriptores entre el 30 de junio de 2013 y el mismo mes de 2014", explicó en su reporte financiero. A pesar de la desconexión de 1.9 millones de líneas en el primer cuarto del 2014, Telefónica consiguió aumentar su base de clientes en 6.3 por ciento, al pasar de 20.48 millones a 21.8 millones de líneas y logró disminuir su tasa de desconexiones de 3.6 por ciento en el primer semestre de 2013 a 2.6 por ciento en igual lapso del 2014. De acuerdo con el operador, la mejora de su red, ofertas comerciales y los acuerdos con Operadores Móviles Virtuales le ayudaron a alcanzar al segmento joven del mercado y a obtener resultados positivos. Telcel, marca baja la cual opera América Móvil en México, lidera el negocio de telefonía celular con una participación de mercado de alrededor del 70 por ciento. Le sigue Telefónica, a través de Movistar, con una penetración cercana al 22 por ciento. El tercer operador más grande en el país es Iusacell con un 8 por ciento y una base de usuarios que supera los 8 millones.