

HAMBRIENTOS DE DATOS

CON UN MERCADO DE USUARIOS INMERSO EN LAS REDES SOCIALES Y EN LA NAVEGACIÓN DE INTERNET, LOS OPERADORES MÓVILES HAN REAJUSTADO LAS TARIFAS CON PLANES ACCESIBLES, PERO CON EL GRAN DESAFÍO DE MANTENER OPERACIONES SOSTENIBLES Y RENTABLES.

POR NATALIA VERA, LIMA

ILUSTRACIÓN: FREEPIK

Desde S/ 19,90 (US\$ 5,70) al mes, un peruano puede llamar y enviar mensajes de texto ilimitadamente, pero lo más atractivo de este accesible plan es que puede usar Facebook, Messenger y WhatsApp las veces que quiera, y cuenta con 1Gb para navegar en la página o *app* de su preferencia. Si quiere hacer un *upgrade* al plan, por S/ 10 más puede disponer de 10 Gb si es una línea portada y tener acceso eterno a Instagram. Bitel, la operadora de telecomunicación de origen vietnamita, es la responsable de estos planes básicos “para que más clientes tengan planes pospago control que les faciliten el consumo”.

Y es que precisamente los planes control vienen ganando terreno en las preferencias de los usuarios que buscan flexibilidad en su navegación en la red, pero a un precio accesible. De acuerdo con Christian Libaque, profesor de Ingeniería de la Universidad del Pacífico, entre diciembre de 2018 y setiembre de 2019 la modalidad que más líneas ha ganado son los planes control que han aumentado en más de un millón de líneas (de 11,4 a 12,5 millones aproximadamente).

“La modalidad prepago es la que tiene la mayor caída de líneas en servicio, al haber perdido cerca de dos millones. En el caso de las líneas pospago, estas se han reducido en aproximadamente medio millón”, dice el catedrático.

“Esta tendencia puede ser un reflejo de las tarifas más bajas producto de la competencia en el mercado. A menores precios, los usuarios pueden adquirir planes en la modalidad control con muchos más beneficios y con costos más competitivos comparados con lo que lo que usualmente gastaban en la línea prepago, e incluso pospago”.

Para Otto Regalado, profesor de la Maestría en Marketing de ESAN, los usuarios buscan mayor flexibilidad para los planes de telefonía móvil y recibir más beneficios, como el acceso gratis a determinadas aplicaciones, que ahora van más allá de las redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter. “Ahora los usuarios tampoco quieren consumir sus megas en aplicaciones como Netflix o Spotify y privilegian a quienes les den más facilidades con ellas. También se demanda mucho una mayor velocidad para descargas y que los videos carguen sin problemas”, dice.

Los planes control vienen ganando terreno en las preferencias de los usuarios que buscan flexibilidad en su navegación en la red, pero a un precio accesible.

En ese sentido, según cifras del MTC, el Perú cerró 2019 con la tarifa más baja para internet móvil en Sudamérica (US\$ 2,48 por GB de descarga), solo después de Chile (US\$ 1,87).

De esta forma, los operadores de telefonía móvil en el Perú han tenido que ponerse a tono con las demandas de los clientes, ofreciendo variados planes de diferentes precios, logrando la migración de líneas prepago a pospago, aunque con bajas tarifas que incluso han tenido impacto en sus ingresos. Según el balance del Mercado Telecom Perú 2019, de DN Consultores, el año pasado fue

positivo para los usuarios, pero negativo para los operadores.

“Aunque una mejor relación calidad-precio para los usuarios podría afectar inicialmente la situación financiera y operativa de los operadores, en el mediano plazo la sostenibilidad en ambos lados de la mesa es necesaria para ser mutuamente conveniente”, dice Carlos Huamán, CEO de DN Consultores.

Lo más demandado del menú

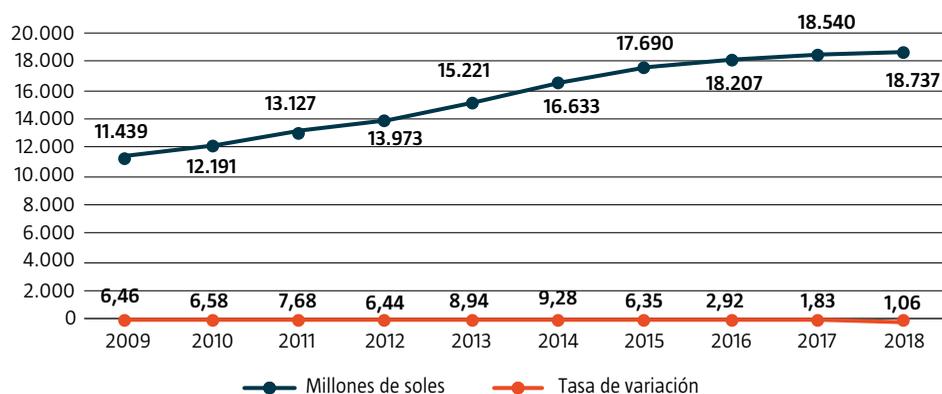
Hoy, las llamadas y SMS son componentes accesorios de los combos tarifarios. El uso diario de aplicaciones de redes sociales, música y *streaming* son los platos más atractivos y lo primero que los usuarios ven en la carta de los operadores. Los planes con mayor cantidad de megas para navegar o con internet ilimitado se han convertido en los preferidos, pero, eso sí, el precio sigue siendo un factor clave a la hora de elegir.

Desde Bitel, la apuesta va

Líneas de alto valor

Ingresos operativos del sector (millones S/) y tasa de crecimiento

Fuente: Osiptel

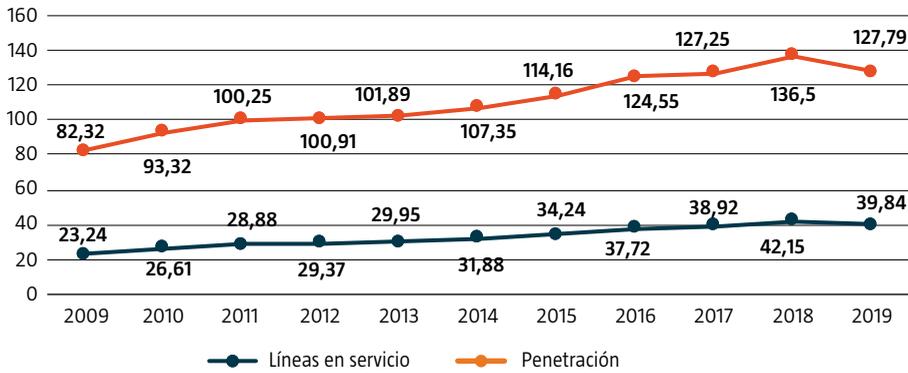




Evolución móvil

Líneas móviles en servicio ajustadas (millones) y penetración a nivel nacional (%)

Fuente: Osiptel



“Los usuarios cada vez utilizan más las aplicaciones intensivas en data para entretenimiento”, dice Nino Boggio, de Entel.

en ese sentido. “Los clientes necesitan más internet y la tendencia de consumo se centrará en brindar servicios de internet”, dice un vocero de la compañía.

“Este año presentamos planes a la medida de las necesidades nuestros clientes; ya sea uso de datos ilimitados o enfocados en tener los mejores terminales. Creamos la Tarifa Diaria Prepago, una alternativa conveniente y flexible en línea con el estilo de vida de nuestros clientes. Para el segmento personas tenemos planes pospago desde S/ 39 y los planes ilimitados comienzan en S/ 66”, dice Nino Boggio, gerente central de

legal, regulatoria y relaciones institucionales de Entel. “Los usuarios cada vez utilizan más las aplicaciones intensivas en data para realizar sus labores habituales y sobre todo para entretenimiento. Por ello, la velocidad y la capacidad de los planes siguen siendo los dos atributos más valorados por nuestros clientes”.

Definitivamente las plataformas de *streaming* son un componente clave para los usuarios. Ninguno se quiere quedar sin ver la última temporada de su serie favorita y, por ello, algunas compañías han hecho alianzas con empresas de servicios de OTT o incluso han lanzado servicios de contenido diferenciado para capturar y mantener más clientes en un mercado cada vez más competitivo.

“La pelea, no solo entre competidores sino también con proveedores de servicios sustitutos como, por ejemplo, los OTT, ha llevado a los operadores a una guerra de

servicios diferenciados que agreguen valor a la experiencia del usuario”, dice Christian Libaque. “Ahora, con la tecnología 5G a la vuelta de la esquina, la variedad de servicios se hará mucho más prometedora y los servicios tradicionales de voz y datos se convertirán solo en un medio para disfrutar de una experiencia más rica en contenidos”.

Para Otto Regalado, a largo plazo los servicios de contenido, como Movistar Música o Movistar Play, serán parte de los servicios estándar que los consumidores esperan recibir y las compañías que no lo ofrezcan se verán perjudicados. “En este contexto, la competencia será por ver quién tiene una mayor calidad y el beneficiado será el consumidor que recibirá por igual o menores precios”, dice.

A la par de las mejoras en precio y planes, la industria de telefonía móvil tiene retos pendientes. Y es que el sector de telecomunicaciones es uno

de los que presenta mayor número de reclamos por parte de los consumidores, debido a las exigencias que se tienen sobre los servicios y a las limitaciones de atención que tienen las empresas.

“El contenido diferenciado, que en muchos casos está ligado al entretenimiento, es una buena forma de mejorar la relación que se tiene con los clientes y lograr una mayor fidelidad”, dice Otto Regalado.

De otro lado, el gran desafío de las compañías de telecomunicación es la sostenibilidad de sus operaciones. Y en este campo de batalla algunos ganan más que otros.

Es así que Telefónica del Perú en 2019 registró una caída de 4% en ingresos y Ebitda, con lo cual logra sostener su margen Ebitda en 17%, nivel por debajo del recomendado por los especialistas del sector que sugieren un indicador de entre 25% y 30% para que los operadores financien inversiones sin perjudicar a los usuarios.

En el caso de Claro, si bien registró una caída de 2%, el margen Ebitda fue de 29%. En tanto, los ingresos de Entel aumentaron 23% y, por primera vez desde su ingreso al país, logró un Ebitda positivo, de 18%.

Poco a poco, la relación entre clientes y operadores ha ido mejorando. La llegada del 5G al país dinamizará aún más la competencia donde los claros ganadores deberán seguir siendo los consumidores. 