

Mòbils: noves cares, problemes idèntics



EL TEMPS

D'esquerra a dreta, Justo Martín, director d'actius i filials; Gilles Petit, conseller delegat; i Hipólito Armesto, director de serveis comercials de Carrefour, en la presentació de l'operadora.

El 2007 arrenca amb nous actors dins el món de la telefonia mòbil, però amb el mateix problema de fons: les tarifes. Els preus continuen sent dels més alts de la Unió Europea. En un mercat saturat amb més telèfons que persones, les operadores prefereixen pispar-se clients les unes a les altres abans que reduir el cost de les trucades.

Amb sis anys de retard, Xfera ha posat en marxa la quarta llicència de telefonia mòbil UMTS a l'estat espanyol. El nom comercial és Yoigo i la controla Telia Sonera, una companyia de telecomunicacions suecofinlandesa. Opera des de principi de desembre i ha de disposar de xarxa pròpia a tot el territori, tot i que a hores d'ara només ho fa a vuit grans ciutats, i a la resta de l'estat opera amb la xarxa de Vodafone, amb qui ha arribat a un acord.

Amb una imatge trencadora, Yoigo busca clientela entre els descontents

d'altres operadores. El mercat està saturat i per això les companyies lluiten per robar-se clients les unes a les altres. D'entrada, això s'aconsegueix amb millors preus, i Yoigo no ofereix res de l'altre món. Un dels motius és el preu que es cobren entre si les operadores per trucar a mòbils de les seves companyies. Les tarifes d'interconnexió són tan altes que no donen marge per baixar els preus.

Les seves tarifes no trenquen l'esquema actual del mercat (12 cèntims per minut més l'establiment de trucada). A més, obliguen els seus clients a fer

un consum mínim mensual de sis euros, tant si la línia és de contracte com de targeta prepagament.

Però a més de les traves que s'imposen les operadores entre elles per evitar que s'abaratixin els preus, Yoigo també rep les queixes de les associacions de consumidors, que ja han començat a qüestionar la seva política comercial. Facua, la Federació de Consumidors en Acció, ha denunciat que algunes de les tarifes que ofereix no es poden contractar i per això ha reclamat a la companyia que les habiliti o que en retiri la publicitat.

Arriben les operadores virtuals.

Una altra de les novetats amb què finalitza el 2006 és l'arribada de les operadores mòbils virtuals (OMV). Es tracta de companyies que no disposen de xarxa pròpia i que ofereixen els seus serveis a través de les infraestructures d'operadores com ara Movistar, Vodafone i Orange. En la resta d'aspectes són com una operadora normal, ja que poden tenir clients de contracte, de targeta i disposen de numeració pròpia. Els primers a constituir-se com a OMV van ser Carrefour. El 27 d'octubre, la cadena francesa de supermercats començava a operar amb el nom de Carrefour Mòvil gràcies a un acord per utilitzar la xarxa d'Orange, tal i com ja fa a Bèlgica i França. Durant el primer mes, aquesta firma ha captat 15.000 clients i espera tancar l'any per sobre dels 40.000 gràcies a l'impuls de la campanya publicitària que fa durant aquestes festes. Pel que fa als preus, tot i que s'anuncien com l'operadora més barata, tampoc varien gaire de la resta de companyies. El motiu, un cop més, les tarifes d'interconnexió que es cobren les operadores i que impossibilita fer ofertes molt més baixes. Tot i això, en el cas de Carrefour Mòvil els preus són força competitius ja que tenen un preu únic de 15 cèntims el minut. A més, no imposen cap tipus de despesa mensual ni compromís de permanència a la companyia, tal i com fan la majoria d'operadores de telefonia mòbil.

La portabilitat enfonsa Orange

A més de mantenir els clients, les operadores fa temps que s'han llançat a la recerca dels usuaris d'altres companyies. Una batalla d'ofertes i promocions que estan guanyant, de manera clara, Movistar i sobretot Vodafone. Des de l'any 2000, gairebé 10 milions d'usuaris han optat per canviar de companyia mantenint el seu número de telèfon, el que es coneix com a portabilitat. Des de llavors, Movistar ha guanyat més de 4 milions de clients i n'ha perdut 3,6 milions. És a dir, té un saldo positiu de 400.000 línies. El balanç de Vodafone, abans Airtel, és molt més favorable, ja que ha guanyat 861.000 clients, el doble que l'operador majoritari. Per contra, Orange no aconsegueix trencar amb el llast que li va deixar Amena i cada mes perd clients a favor de les altres operadores. En els últims sis anys, tot i l'elevada inversió publicitària, el seu balanç és molt negatiu, amb més de 1.150.000 clients perduts.

A la recerca del client estranger. L'altre OMV que entra al mercat és HappyMóvil controlada pel grup The Phone House i que també operarà a través de la xarxa d'Orange. En aquest cas, la firma es promociona com una *low cost* de la telefonia mòbil, tot i que els preus que ofereix tampoc no trenquen amb la dinàmica del mercat espanyol. Per a trucades a mòbil i fixos estatals, el preu és de 15 cèntims per minut. La novetat d'aquesta oferta, però, són les tarifes que ofereixen per a trucar a l'estranger i que han proporcionat a HappyMóvil bona acceptació entre la població immigrant. Unes tarifes, per exemple, que permeten trucar a telèfons fixos d'Argentina per cinc cèntims el minut, deu a l'Equador o quinze cèntims si es truca al Marroc. Aquesta operadora només ofereix la possibilitat de comprar targetes de prepagament amb un número propi. Això permet un major control sobre el cost de les trucades

Els números de les noves operadores

	yoigo	happy móvil	Carrefour MÓVIL
Centims/minut	12	15	15
Cèntims SMS	10	12	13
Consum mínim	6 euros/ mes	NO	NO
Modalitat	Targeta i contracte	Només targeta	Targeta i contracte

Totes amb establiment de trucada de 12 centims.



A l'esquerra, Johan Andejó, conseller delegat, i (a la dreta) Ángel García Altozano, president de la nova operadora de telefonia mòbil yoigo.

ahora que no obliga a fer un consum mínim mensual.

A la recerca del client insatisfet.

Tant les operadores mòbils virtuals com les tradicionals tenen actualment un doble repte: aconseguir mantenir el seus clients i mirar de fer-se amb els descontents d'altres operadores. En poques paraules, el mercat està saturat. Les últimes dades oficials parlen de 44.599.257 línies de telefonia mòbil, amb una taxa de penetració del 100,5% de la població. Això vol dir que hi ha més mòbils que persones. Davant d'aquesta situació, no és estrany que les operadores s'hagin llançat a fer creure als seus clients que són la millor companyia i que la majoria d'usuaris són clients seus. Una estratègia que queda plasma da en les ofertes de Nadal de les tres principals operadores. Movistar, Vodafone i Orange fan promocions de trucades gratis entre els seus clients per trucar a números de la seva operadora.

Aquesta estratègia, però, pot comportar més d'un maldecap als usuaris, ja que actualment no hi ha cap manera de saber a quina operadora pertany el número al qual es truca i per tant aquella trucada pot sortir gratis... o més cara de l'habitual.

Clàusules i penalitzacions. La lluita per mantenir els clients de contracte ha dut les principals operadores a imposar clàusules de permanència de 18 mesos. Si durant aquest temps es vol canviar de companyia s'haurà de pagar 150 euros. A més, en el cas de Movistar, ja ha anunciat que els seus clients hauran de pagar més per trucar a números de les noves operadores, tant Yoigo, Carrefour Móvil i Happy Móvil, com les que apareguin en endavant. A partir de l'1 de gener, aquestes trucades seran sis cèntims per minut més cares que si es truca a Movistar, Vodafone o Orange.

Albert Aguilera