
¿A dónde irán los clientes con la Portabilidad?

por

José Carlos Méndez (josecarlos.mendez@the-ciu.net)

Gerente de Investigación TIC de **The Competitive Intelligence Unit** (www.the-ciu.net)

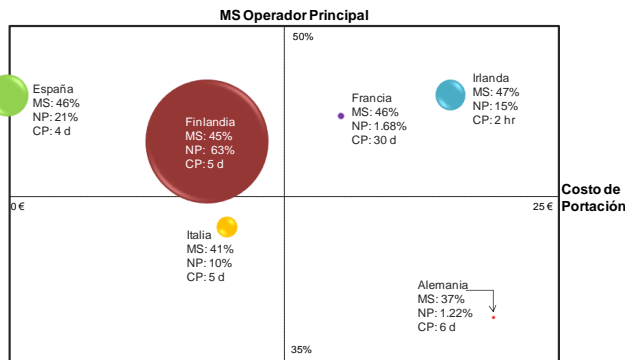
Conocemos ya los términos en los que será instrumentada la portabilidad numérica (PN) en México el próximo 5 de julio, que resultan razonablemente sanos para los consumidores y para la competencia.

Conoceremos a más tardar el 12 de marzo el nombre de la empresa que administrará el sistema y base de datos con el que operará la portabilidad, en donde básicamente se encuentran compitiendo cuatro empresas: Syniverse-HP, El Corte Inglés-Lattice, Telcordia-Neoris y Neustar. Ya conocemos también las responsabilidades y obligaciones del posible administrador entre las que se encuentran el manejo confidencial de la información, el sometimiento a las disposiciones administrativas de la COFETEL, así como el reconocimiento de que la Comisión es la propietaria en todo momento de la Base de Datos que administra. Es muy importante que en el proceso de licitación se revise el historial profesional de todas esas empresas de las que dependerá el funcionamiento y administración de portabilidad, y enrutamiento de las llamadas de las casi cien millones de líneas en el país. Sin duda todas ellas tienen una serie de historias de éxito, pero también deben revisarse sus historias de fracaso.

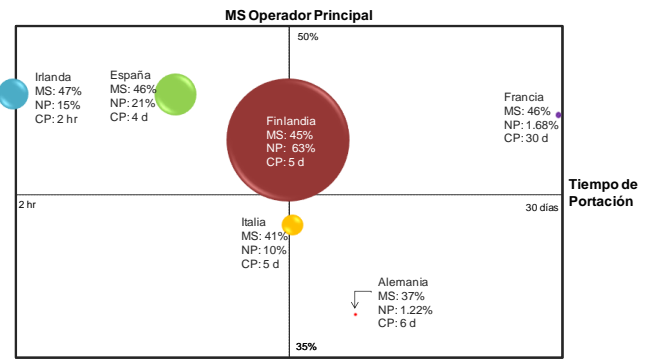
La siguiente gran duda en éste proceso será conocer la empresa de telecomunicaciones de origen y la de destino de los clientes que decidan migrar con su número. En otras palabras, entre los operadores móviles y fijos, ¿quiénes resultarán ganadores y perdedores en el proceso de portabilidad? Claramente no habrá ganadores o perdedores absolutos, pero sin duda algunos de ellos se beneficiarán más que otros en el proceso.

En el mundo, la portabilidad numérica opera ya desde hace tiempo y en ningún caso se ha observado una migración masiva de clientes entre los operadores telefónicos. Lo que sí deja ver la experiencia internacional es que sus efectos dependen de los términos regulatorios y de la estructura de mercado existente en cada caso, como el grado de concentración del mercado (a mayor concentración, mayor PN), nivel de los cargos de portación (más altos los cargos al usuario, menor la PN) y el tiempo promedio de portación (mayor tiempo para el cambio de operador, menor la PN).

**Efectos de la Portabilidad Numérica:
Costos de Portación y Participación de
Mercado del Operador Principal**



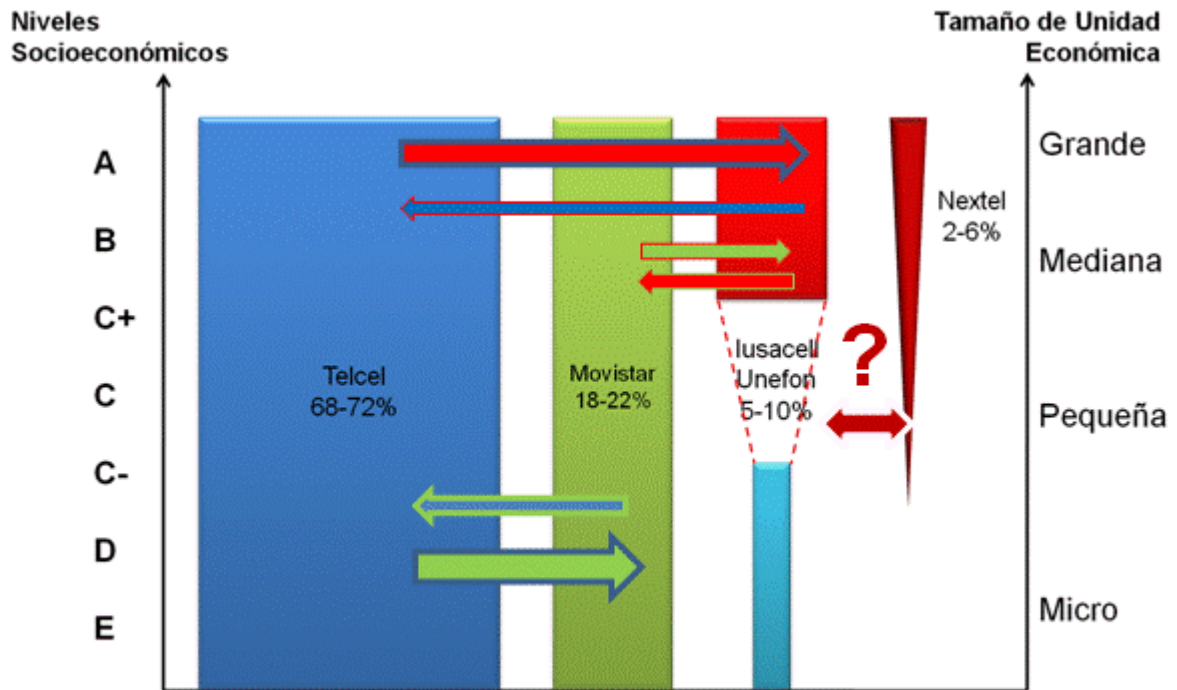
**Efectos de la Portabilidad Numérica:
Tiempos de Portación y Participación de
Mercado del Operador Principal**



En el caso mexicano, las encuestas más recientes hechas por The Competitive Intelligence Unit muestran que el precio sigue siendo la principal causa de desconexión o *churn* en más de la mitad de los casos, seguida de problemas con la calidad y cobertura del servicio y en último lugar, los *handsets* o aparatos telefónicos.

Llama la atención el hecho de que la PN no es por sí misma una razón de cambio de operador, sino solamente una herramienta. En otras palabras, los usuarios se cambiarán por motivos de precio o por la calidad en el servicio, entre otros, proceso facilitado por la portabilidad.

Escenario de Mercado a 12 Meses de la Implementación de la Portabilidad Numérica



Fuente: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit

En un mercado móvil donde un solo operador concentra casi tres cuartas partes del mercado medido en líneas, como lo es el mexicano, la idea de portar los números surge como un elemento que contribuye al plan para aumentar la cobertura y calidad de los servicios, así como para acercar los precios a niveles más competitivos.

Esto no significa que hoy en día, los clientes, no cambien de proveedor de servicio como resultado de su reacción a precios, cobertura y calidad de servicios, pero lo hacen sin la capacidad de llevarse su número consigo. Por ejemplo, en el mercado celular el promedio mensual de dicha movilidad alcanza un promedio de 3.3%, mientras que Nextel registra tan solo 1.8%

La proyecciones de CIU ubican para el 2012, en un escenario sin portabilidad numérica, que el mercado móvil alcanzará 94 millones de líneas móviles. Por sus efectos en términos de fomento a la competencia, la portabilidad

numérica tendrá un efecto de aceleramiento en la penetración móvil y un ligero incremento del techo de mercado a 97 millones de líneas. De ellas, Telcel mantendrá 62 millones, lo cual significa un crecimiento en su base de clientes pero su participación de mercado se verá reducida. La pregunta es, a dónde se irán el resto de las líneas?

Es por ello que las áreas de inteligencia competitiva de las empresas deben de estar dedicadas a instrumentar estrategias que le permitan adquirir nuevos usuarios, así como a la instrumentación de medidas de retención y generación de valor agregado de los usuarios actuales, en anticipo de este escenario con mayor movilidad de los clientes.