

El desafío de la Telefonía Móvil: Como recuperar rentabilidad sin resignar crecimiento

16 de mayo de 2005

El sector de telefonía móvil en Argentina mostró un fuerte dinamismo durante los últimos dos años superando ampliamente las perspectivas de crecimiento estimadas. La penetración del servicio de telefonía móvil alcanzó a Mar'05 niveles cercanos al 40%, prácticamente el doble que el nivel de penetración de telefonía fija -aproximadamente el 22%-. Esto último determinó un cambio en la composición de los ingresos del sector de telecomunicaciones observándose un fuerte crecimiento en los ingresos de telefonía celular en detrimento de aquellos provenientes de telefonía fija. Fitch Argentina espera que esta tendencia continúe en los próximos años, estimando que el crecimiento en los ingresos del sector de telecomunicaciones estará dado principalmente por los negocios de telefonía móvil y en menor medida transmisión de datos e internet. A Mar'05 el mercado celular contaba con 15 millones de suscriptores, mostrando un aumento superior al 70% durante el último año. Se estima que este crecimiento continúe a lo largo del 2005 aunque a tasas de crecimiento más moderadas, finalizando el 2005 con una base de suscriptores de entre 18/20 millones, alcanzando índices de penetración cercanos al 50%. A modo de ejemplo los índices de penetración en Brasil y Chile alcanzaron a Dic'04 el 36.6% y 47% respectivamente. El mercado de telefonía móvil en Argentina atravesó una etapa de importantes cambios a nivel accionario durante los últimos dos años dados por el ingreso de América Móvil en CTI Movil durante el 2003 y la reciente consolidación de las operaciones de Unifón y Movicom Bellsouth en Movistar. De esta manera el sector quedó conformado básicamente por tres grandes operadores (i) Movistar operadora celular del grupo Telefónica con una participación de mercado de aprox. 44%; CTI Movil con una participación del 28% y Telecom Personal con el 28%. A pesar del crecimiento registrado en el nivel de ingresos del sector de Telefonía móvil, la rentabilidad del sector se vio adversamente afectada durante el 2004 por los mayores gastos necesarios para soportar la expansión del negocio en un escenario altamente competitivo donde se observó una fuerte agresividad en lo que respecta a captación de clientes. Por lo mencionado, durante el 2005 los operadores de telefonía celular enfrentan el desafío de mejorar sus márgenes de rentabilidad en un mercado de fuerte competencia y con importantes requerimientos de inversión a fin de abastecer el crecimiento de la demanda y al mismo tiempo ampliar la red de cobertura de sus redes con tecnología GSM. Fitch Argentina entiende que la capacidad de mejorar los márgenes del negocio dependerá en cierta medida en la estrategia comercial a seguir por los operadores, los cuales deberán buscar un equilibrio entre el crecimiento en su base de suscriptores y el costo de captación de clientes. Asimismo lo mencionado determinará la fuente con la cual se financiarán los planes de expansión, con generación de fondos interna o bien con asistencia por parte de sus accionistas. www.fitchratings.com.ar