

► EN EL MERCADO MEXICANO DE TELEFONÍA MÓVIL Y FIJA

## Competencia obliga a telefónicas dar a clientes ofertas personalizadas

AGENCIAS

México.- Derivado de la reforma en telecomunicaciones y el aumento de competidores en el mercado mexicano de telefonía móvil y fija, la empresa de soluciones móviles Mahindra Comviva buscará ampliar sus operaciones en México.

El representante de la empresa subsidiaria de Tech Mahindra y parte del Grupo Mahindra, Noel Mendoza, comentó que anuncios como la adquisición del ciento por ciento de Iusacell, la tercera firma más grande del país, por parte de AT&T, va a cambiar todo lo que es el mercado de los operadores celulares.

De ahí que ante un aumento en la competencia, será esencial para las empresas telefónicas no sólo incrementar sus clientes, sino mantener a sus suscriptores y entender más sus preferencias de consumo, toda vez que teniendo esa información no la utilizan al máximo.

En conferencia, señaló que en la actualidad ya no puede verse el mercado de manera masiva sino de forma particular, pues el consumidor está más informado, es más exigente y busca aquello que satisfaga sus necesidades, es decir, ahora es la empresa la que debe adaptarse a su cliente.

Ante ello, subrayó la importancia de que las empresas cuenten con sistemas que les permitan identificar a sus clientes de manera particular, sus gustos, hábitos, ubicación, y es ahí



donde Mahindra ve un potencial de crecimiento en el mercado de América Latina, pero especialmente en México por el momento que vive este sector.

Noel Mendoza explicó que el objetivo es que a través de las soluciones de esta empresa, las compañías de telefonía u operadoras celulares y fijas puedan ofrecer a sus suscriptores servicios especializados.

"La propuesta de la empresa incluye promover el gasto en la red y extender la vigencia de los suscriptores en ella, al ofrecer servicios que brindan mayores ventajas, así como promociones oportunas y relevantes", agregó.

Aclaró que estas soluciones no tienen exclusividad, en virtud de que cada operador de telefonía tiene un mercado

objetivo, como es el caso de Izi, que está enfocada a un público juvenil, mientras que Nextel se dirige al mercado de las pequeñas y medianas empresas.

Sus soluciones, dijo, consisten en una plataforma de mercadotecnia contextual a través de múltiples canales, impulsada por procesos analíticos y dirigidos a los operadores, lo que llevaría a un aumento de los ingresos brutos de las empresas de telefonía por medio de captación y retención de clientes.

Además permite automatizar el proceso de toma de decisiones y análisis de datos. "El 90 por ciento de los clientes se concentran en un número limitado de servicios, por lo que se puede ofrecer servicios y promociones innovadoras para conectar a los clientes en su red

De acuerdo con sus estimaciones, la aplicación de estos sistemas por parte de los operadores en México, que se espera se firmen los primeros acuerdos en el primer trimestre de 2015, aumente sus ingresos hasta un 2.4 por ciento en sus llamadas por la red, y sus ingresos generales en hasta 20 por ciento, pues incluye la captación de nuevos suscriptores.

Por su parte, Amit Sanyal, vicepresidente y director adjunto de Soluciones de Valor para el consumidor de Mahindra Comviva, indicó que dada la alta competencia en el mercado mexicano, los operadores se concentran en ofrecer servicios y promociones innovadoras para conectar a los clientes en su red

► PROFECO

Recomendar comprar en Buen Fin con inteligencia

AGENCIAS

México.- A unas horas de que se publique la cuarta edición de Buen Fin, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Conaef) recomienda tener cuidado con las ofertas de meses sin intereses en las tarjetas de crédito, así evitar problemas financieros.

Refiere que de los 16 millones 189 mil tarjetas habientes que existen en el país, 56 por ciento se ubica como "no totaleros".

Es decir, que no cubren el total de sus compras realizadas con tarjeta de crédito en una sola exhibición o pago, y se estima que por ciento de las compras que realicen del 14 al 17 de noviembre sea a meses sin intereses.

Por ello, si se tiene considerado adquirir un producto bajo esta modalidad, el organismo regulador y supervisor recomienda que para realizar en