

|                     |                     |              |
|---------------------|---------------------|--------------|
| Fecha<br>28.12.2015 | Sección<br>Negocios | Página<br>28 |
|---------------------|---------------------|--------------|

## Lidera nicho de operadores virtuales

# Virgin, a duplicar su tamaño en 2016

La telefónica consiguió capturar 60% del mercado y ya suma 80 mil puntos de recarga

Susana Mendieta/**México**

**V**irgin Mobile cuenta ya con 60 por ciento de participación en el mercado de operadores móviles virtuales (OMV) en México, cifra que espera duplicar en 2016, ya que, asegura, ha logrado, con sus más recientes campañas publicitarias, llamar la atención de los usuarios objetivo.

En entrevista con MILENIO, Gerardo Escobar, director de mercadotecnia para América Latina de Virgin Mobile, comentó que están muy contentos con el reconocimiento de marca alcanzado, pues en el mercado mexicano tiene uno de los mayores retos de convencer a los usuarios que estaban acostumbrados a muy pocas compañías telefónicas.

“Recién tuvimos una campaña en exteriores que ha sido polémica y controversial en muchos sectores, pero ha ayudado a dar a conocer la marca, y sobre todo a acentuar los valores y ventajas principales de Virgin en este mercado”, celebró Escobar.

Dichos valores, a decir del directivo, ahora se traducen de forma tangible para los consumidores, con cosas como conocer el cobro por segundo sistemático, que no se manejan letras

chiquitas y, principalmente, la atención que brinda a sus clientes.

“Nos ha ido tan bien que en noviembre ya se habían alcanzado los objetivos del año, y se espera un cierre muy bueno para este diciembre; incluso el objetivo el año entrante (2016) es duplicar la base de usuarios que se alcancen en 2015”, apuntó el directivo.

Al cierre del segundo trimestre de 2015, el **Instituto Federal de Telecomunicaciones** dio a conocer que la participación de los OMV en México ya tenía una clara tendencia de crecimiento; en dicho documento presentó a Virgin Mobile con 0.32 por ciento del mercado de celulares.

En noviembre, la firma aseguró que contaba con alrededor de 60 por ciento de la participación en el segmento de operadores móviles virtuales; sin embargo, reconoció que es un mercado que tomará tiempo en seguir abriendo.

“Estamos terminando de realizar los estudios, pero aumentamos casi 150 por ciento el reconocimiento espontáneo de marca entre los usuarios, según los resultados preliminares obtenidos”, aseguró Escobar.

La participación de mercado de la empresa en la mayoría de los países es de entre 4 y 6 por ciento, y cuenta con 18 millones de usuarios en el mundo.

Destacó que en todos los países realizan alianzas con un solo operador, porque les da más solidez; en el caso de México es con Telefónica Movistar, y al momento no se ve la necesidad de tener otro; además de que en la mayoría de las naciones es la firma española con la que trabajan.

En México aumentaron 40 por ciento sus puntos de venta, además de ingresar a las tiendas de autoservicio con sus promociones y ofertas, y aumentaron los puntos de recarga a 80 mil, lo que les ayudó a incrementar el número de usuarios.

Además han ganado entre 15 y 20 por ciento de nuevos suscriptores por el proceso de portabilidad. **M**

El **Ictel** reveló este año una tendencia clara de crecimiento en cuanto a participación de OMV



|                            |                            |                     |
|----------------------------|----------------------------|---------------------|
| Fecha<br><b>28.12.2015</b> | Sección<br><b>Negocios</b> | Página<br><b>28</b> |
|----------------------------|----------------------------|---------------------|



**La empresa acepta que su campaña de promoción ha generado polémica.**