

Utilizan celular más de 62 millones de mexicanos: UNAM

Señala Elba Bañuelos Bárcenas, de la Facultad de Economía, que de la década de los 90 al año 2000 la penetración de este segmento era baja, pero las ventas se dispararon con las políticas de prepago y “el que llama paga”

Redacción EL UNIVERSAL.com.mx
El Universal

Lunes 05 de noviembre de 2007

Más de 62 millones de mexicanos utilizan teléfonos celulares, lo que confirma la penetración de estos aparatos en un mercado que determina el precio del producto, afirmó Elba Bañuelos Bárcenas, de la Facultad de Economía (FE) de la UNAM.

Durante la conferencia "Discriminación de precios y la telefonía móvil en México", la economista se pronunció por una reforma total en el sector telecomunicaciones que contemple su regulación, con mecanismos que tiendan a la apertura y al beneficio social, destacó la institución en un comunicado.

La experta en micro y macroeconomía recordó que en 1990 sólo había 64 usuarios de aparatos celulares en México, mientras que para junio de este año se registraron 62 millones de beneficiados con la comunicación móvil.

Destacó que “el augurio es que el sector continúe con el dinamismo mostrado desde hace años, con tasas de crecimiento por encima de la economía nacional”.

Bañuelos Bárcenas comentó que de la década de los noventa al año 2000 la penetración de este segmento era baja, pero después las ventas de los aparatos se dispararon con las políticas de prepago y “el que llama paga”.

Explicó que existe un mercado oligopólico en la telefonía celular, donde se da una competencia vía precios con diferenciación de productos, que permite la discriminación de costes.

Señaló que este comercio funciona con una campaña de aprisionamiento de los clientes por parte del operador, al utilizar estrategias como el empaquetamiento y servicios convergentes, así como con una táctica de abatimiento de importes, que busca aprovechar la alta elasticidad monetaria prevaleciente en el sector.

La economista comentó, como otra de las tácticas de posicionamiento, la venta dirigida a todos los sectores sociales. “A los obreros, albañiles o carpinteros hay que darles facilidades, que compren tarjetas de 50 pesos, porque eso significa volumen”, pues al obtenerlo se tienen máximas ganancias.

Por su parte, **Miguel Cervantes Jiménez**, jefe del Departamento de Teoría Económica de la FE, puntualizó que al ser una estructura de mercado oligopólica, se genera que los precios de la telefonía móvil sean mayores del costo marginal, es decir, cuando lo erogado por el consumidor es mucho más alto que el costo al productor.

Luego de destacar que en este mercado China crece al ocho por ciento y México sólo al tres, se requiere que el país invierta más en capital humano, investigación y desarrollo por parte de las empresas, para estar en la competencia mundial, concluyó.

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/43681.html>

