



La batalla por los usuarios

Los servicios de conexión gratuita se presentaron como una opción eficaz para los usuarios de dial-up, que comenzaron a dar de baja sus abonos de 0610. Las telefónicas no fueron indiferentes a este movimiento y ahora ofrecen nuevos planes. La disputa por un mercado que no crece.

Primero fue el 0610: copó el mercado y las alternativas de banda ancha, cuando llegaron, sólo fueron adoptadas por los bautizados heavy users. Pero una gran mayoría quedó en manos de los proveedores de dial-up que con el 0610 predicaban ahorro gracias al sistema de cobro que cambia cada 15 minutos (los primeros en tarifa normal y los siguientes gratis), previo pago de un abono mensual.

Desde hace tres años existen opciones gratuitas de conexión, pero sobre todo en 2002, esta clase de servicios de acceso gratuito se pusieron en campaña. Especialmente Alternativa Gratis. Vinieron a decirle al mercado que el sistema de 0610 más abono no representa ningún ahorro comparado con el servicio gratuito que solamente implica el pago del consumo telefónico.

Para que quede claro: Alternativa Gratis asegura que es más barato navegar con su conexión que con cualquiera de aquellos planes de 0610. Y estuvieron dispuestos a probarlo. Para eso implementaron el servicio "Time Control" que provee a sus usuarios de una planilla que les informa cuánto tiempo estuvieron on-line, cuánto les va a costar el consumo telefónico y cuánto les hubiese costado navegar la misma cantidad de tiempo con un 0610.

No les fue para nada mal: "Con 'Time Control', en tan sólo 20 días se registraron más de 15 mil usuarios.", anunció Lilly Beriro, gerente de producto de Alternativa Gratis. "Sacamos una herramienta como 'Time Control' porque nos dimos cuenta que la realidad iba a favor nuestro", dijo por su parte Hernán Glatzman, director de negocios de la compañía.

Según Glatzman, Alternativa Gratis suma cada mes 15 mil hogares a su base de suscriptores. "No hay ningún proveedor pago que tenga 15 mil cuentas nuevas por mes. Creció mucho, ésta era una operación que a principios de 2001 facturaba 30 mil pesos por mes. Este año vamos a cerrar con una facturación de aproximadamente 3.800.000. Tenemos más tráfico que hace un año porque contamos con muchos más usuarios, pero el promedio por usuario bajó. El año pasado la gente consumía 600 minutos por mes y ahora está consumiendo 400".

La realidad de la crisis impone condiciones de juego que chocan con situaciones un tanto más estructurales de Argentina, como que por ejemplo, comprar una computadora actualmente es inaccesible para la mayoría de la población, o que este año por primera vez en la historia de la telefonía en este país, el número de líneas telefónicas bajó en lugar de subir. Todo esto habla a las claras de un mercado de usuarios en contracción.

Como dice Ariel Zac, gerente comercial de Alternativa Gratis: "Todos nos peleamos por la misma masa: los hogares aptos para navegar. No todos tienen la computadora con módem más línea telefónica activa, es algo que se va restringiendo".

Ladran Sancho, señal que cabalgamos



La migración de los usuarios de los servicios de dial-up con abono a las opciones gratuitas tuvo su correlato más reciente en la reacción de las telefónicas que lanzaron nuevos planes para reinsertarse en la competencia por el codiciado usuario.

Telecom lanzó "Internet noche" que ofrece navegar entre las 00 y las 8 por un peso más IVA, sin necesidad de suscribirse. Por su parte Telefonica ideó un plan de tarifa plana de 22,90 pesos más IVA mensuales para navegar de lunes a viernes de 20 a 8 y sábados de 13 a 8. El objetivo, claro está, es inyectarle nueva vida al 0610.

Al cierre de esta edición los servicios gratuitos tenían conquistado el 25 por ciento del mercado de usuarios de dial-up. Aparentemente ahora se inicia una nueva batalla que arrojará nuevos resultados, o no, en 2003.

María Farber

mfarber@hypermedia.com.ar

Alternativa Gratis en números



En el 2001 facturó \$2.900.000.

Para el 2002 proyectan facturar \$3.800.000.

Provee conexión gratuita de Internet a más de 150 mil hogares. 1.500 millones de minutos mensuales de navegación son por vía telefónica.

Alternativa Gratis tiene un 25 por ciento de ese mercado.