

Ingresos de Telefónica del Perú aumentaron en tercer trimestre 2022

Los ingresos totales de Telefónica del Perú en el tercer trimestre del 2022 ascendieron a S/ 1.806 millones, logrando un incremento del 1,3% frente al segundo trimestre del 2022. Mientras que en el acumulado de enero a septiembre del 2022 la empresa reportó ingresos por S/ 5.362 millones, un incremento de 3% respecto al mismo periodo del año anterior.

“Este 2022 nuestro crecimiento está siendo sustentable en línea con nuestra estrategia de transformación. Este crecimiento viene sostenido en el negocio móvil, en el que estamos recuperando relevancia en el mercado y consolidando una mejor posición competitiva. Además, continuamos con el liderazgo del despliegue masivo y progresivo de la fibra óptica al hogar para ofrecer una mejor experiencia de internet fijo, en medio de un contexto económico complejo”, señaló Pedro Cortez, CEO de Telefónica del Perú.

Negocio móvil

En el negocio móvil, al cierre del 3T22 se alcanzaron 11,4 millones de accesos móviles. En el caso de postpago ha tenido un crecimiento continuo en los últimos 7 trimestres y en el tercer trimestre del 2022 se obtuvieron 5,1 millones de accesos (+2% contra el 2T22). En prepago se alcanzaron 6,3 millones de accesos (- 6% respecto al 2T22).

A nivel de ingresos móviles totales, la compañía alcanzó S/ 956 millones, un crecimiento de 4,5% con respecto al 2T22. Este resultado fue impulsado por mayores ingresos del servicio postpago, que tuvo un incremento de 6,3% en comparación al 2T22. Si bien los ingresos por terminales móviles decrecieron, la rentabilidad de este negocio continúa mejorando.

Asimismo, a nivel de la portabilidad de origen postpago, **Movistar fue el operador que más creció con 25,8% de accesos portados y recuperó 3,9 puntos porcentuales de participación comparado con el tercer trimestre del 2021, según Osiptel.**

A nivel acumulado de enero a setiembre del 2022 se alcanzaron S/2.772 millones ingresos en el negocio móvil, un incremento de 7,5% respecto al mismo periodo del 2021.

Negocio fijo

Durante el 3T22, Telefónica mantuvo el liderazgo del segmento fijo con 4.6 millones de accesos totales, de los cuales un 1,9 millones son accesos de banda ancha, 1,2 millones de TV Paga y 1,3 millones de voz fija.

En ese sentido, en el 3T22 la empresa alcanzó S/ 850 millones en ingresos fijos totales, un crecimiento de 3% en comparación en el 2T22. En el negocio fijo destacaron los rubros de mayorista, así como de datos y tecnología de la información, con crecimientos de 5,1% y 9,4% en comparación contra el anterior trimestre, respectivamente, fortaleciendo la presencia de la compañía en servicios que atienden principalmente al segmento B2B.

Asimismo, cabe destacar que durante el 3T22 **Telefónica** continuó con el liderazgo en Perú de la masificación progresiva de la fibra óptica al hogar y alcanzó 1.7 millones de hogares con la posibilidad de contratar esta tecnología, la de mayor desarrollo en los países con mejor conectividad. A nivel de hogares ya conectados con fibra óptica a nivel nacional, Movistar lidera con el 42,9% de participación de mercado, según información de **Osiptel**. Con estos avances, Telefónica mantiene su condición de ser la empresa líder de fibra óptica al hogar en el país.

Resultado operativo

El resultado operativo del 3T22 ascendió a S/ 20 millones, mayor en S/ 22 millones y S/ 90 millones con respecto al 2T22 y 3T21, respectivamente. Esto se debió principalmente a las eficiencias desarrolladas para reducir los costos operativos, así como como la transformación de procesos operativos, despliegue de herramientas y canales digitales, entre otras acciones. Cabe señalar que la empresa ha continuado con el ritmo de eficiencias.

A nivel de gastos operativos del 3T22 estos alcanzaron los S/ 1.453 millones, excluyendo depreciación, amortización, y otros ingresos y gastos netos. Este monto es menor en S/ 103 millones al mismo periodo del año anterior, lo que representa una mejora en 6,6% y con reducciones importantes en todos los rubros de gastos. Situación similar ha ocurrido en los 9 primeros meses del 2022, en los que los gastos se redujeron en S/ 158 millones, una mejora de 3,5% con respecto al 2021.

Inclusión digital y social

A través de Internet Para Todos' (IPT), empresa creada por Telefónica del Perú, Facebook, BID Invest y CAF para cerrar la brecha de conectividad en el Perú, se cumplió un nuevo hito al haber llevado acceso a internet 4G a más de 2,9 millones de personas y más de 15 mil localidades en todo el Perú. Esto se dio a conocer en una actividad presencial en la comunidad de Uña de Gato, en Tumbes, que reunió a las autoridades locales, pobladores y estudiantes de la localidad.

Asimismo, "Mujeres en Red", proyecto de Movistar en alianza con sus empresas colaboradoras, fue presentado el pasado 28 de julio como caso de éxito en el Workshop "Promoción de la igualdad de género en la industria de las telecomunicaciones para la recuperación inclusiva", organizado por APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation). 'Mujeres en Red' es una iniciativa que busca fomentar la capacitación y empleabilidad de mujeres en la labor técnica de telecomunicaciones.

Asimismo, Movistar lanzó la XII edición del premio Conectarse para Crecer, que identifica y reconoce proyectos de emprendedores y organizaciones que impulsen el desarrollo de las zonas rurales a través del uso de la tecnología. Por otro lado, por undécimo año consecutivo la Marina de Guerra del Perú, la Fundación Miguel Grau y Telefónica del Perú promueven la Cruzada Nacional de Valores "Somos Grau Seámoslo Siempre" y el XI Premio Nacional Almirante Miguel Grau, los mismos que buscan incentivar en la población los valores cívicos, morales y patrióticos que caracterizaron al Caballero de los mares, Don Miguel Grau Seminario.

Experiencia cliente

Movistar viene apostando por el fortalecimiento de sus canales de atención digital, promoviendo la autogestión de solicitudes y pedidos, así como los pagos digitales de todos sus servicios. Según datos de la app Mi Movistar, la penetración del uso del aplicativo ya asciende al 20% del total de clientes. Solo en el primer semestre del año se registraron más de 1,78 millones de operaciones únicas de pago en la app Mi Movistar, lo que significó un aumento de 5,3% frente al primer semestre de 2021 (1,6 millones de operaciones únicas de pago).