

Ingresos de Telefónica del Perú crecieron 3,4% en segundo trimestre

Los ingresos totales de Telefónica del Perú en el segundo trimestre del 2022 ascendieron a S/1.789 millones, un incremento de 3,4% frente al mismo periodo del 2021. Esto fue posible a través del despliegue de la estrategia y el refuerzo de su nuevo modelo operativo, indicó la empresa.

“Los resultados de este trimestre reflejan nuestra sólida posición competitiva y constituye una evidencia más de la consolidación de la relevancia en el sector. Vamos cinco trimestres consecutivos de incremento en ingresos y nuestro crecimiento está siendo rentable en línea con nuestra estrategia de transformación”, señaló Pedro Cortez, CEO de Telefónica del Perú.

Cabe resaltar que en el primer semestre del 2022 Telefónica reportó ingresos por S/3.556,4 millones, un incremento de 5,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

Negocio fijo

Durante el 2T22, Telefónica mantuvo el liderazgo del segmento fijo con 4,8 millones de accesos totales, de los cuales un millón 954 mil son accesos de banda ancha, 1,3 millones de TV Paga y 1,4 millones de voz fija.

En ese sentido, en el 2T22 la empresa alcanzó S/875 millones en ingresos fijos totales, un incremento de 1,9% en comparación al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento fue impulsado principalmente por el rubro mayorista (+3,9%) y el de datos y tecnologías de la información (+28,6%), estos últimos compuestos en su mayoría por servicios al segmento B2B.

A nivel acumulado del primer semestre se alcanzaron S/1.390,6 millones en el negocio fijo, +0,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

Durante el 2T22, Telefónica continuó con la masificación progresiva de la fibra óptica al hogar. En ese sentido, alcanzó los 1,5 millones de hogares con la posibilidad de contratar esta tecnología, la de mayor desarrollo en los países con mejor conectividad.

Este despliegue significó un incremento de 270 mil (22%) con respecto al mismo periodo del año anterior. Con estos avances, Telefónica mantiene su condición de ser la mayor empresa de fibra óptica al hogar en el país.

Negocio móvil

En el caso del negocio móvil, al cierre del 2T22 se alcanzaron 11,6 millones de accesos, una disminución de -0,7% en comparación al mismo periodo del 2021. Estos accesos se distribuyen en 5 millones en postpago (+1,2% vs. 2T21) y 6,7 millones en prepago (-2,1% vs. 2T21).

A nivel de ingresos móviles totales, la compañía alcanzó S/ 913,2 millones, un crecimiento de 5% con respecto al 2T21. Este resultado fue impulsado por mayores ingresos del servicio postpago –un incremento en 10,8% vs. el 2T21–, un aumento del 23,2% de la portabilidad de origen postpago y la actualización de la parrilla comercial con mayores beneficios.

A nivel acumulado del primer semestre se alcanzaron S/ 1.816,3 millones ingresos en el negocio móvil, +8,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

Resultado operativo

El resultado operativo del 2T22 mejoró en S/228.9 millones con respecto al 2T21. Esto se debió principalmente al incremento de ingresos móviles y a la reducción de gastos. A nivel acumulado, en el 1S22 alcanzamos un crecimiento de S/270.6 millones respecto al mismo periodo del año anterior.

Sin embargo, Telefónica del Perú enfrenta los desafíos que pasa el sector de telecomunicaciones, como una ralentización del crecimiento, así como las consecuencias de la desaceleración del crecimiento derivado del contexto económico actual.

Inclusión digital y social

En mayo, Internet Para Todos' (IPT), empresa creada por Telefónica del Perú, Facebook, BID Invest y CAF para cerrar la

brecha de conectividad en el Perú, cumplió su tercer año de funcionamiento con el nuevo hito de haber llevado acceso a internet 4G a más de 2,5 millones de personas y más de 13.700 localidades en todo el Perú.

La celebración por los tres años de IPT se realizó en encuentro presencial en la localidad de Asunción, en la provincia de Cajamarca, y reunió a las autoridades locales, pobladores y estudiantes de la comunidad, así como a los socios de IPT y empresas de telecomunicación.

Por otro lado, el programa de capacitación y empleabilidad femenina 'Mujeres en Red' anunció la apertura de convocatorias en las áreas de servicio técnico y mantenimiento de infraestructura, a través de las empresas colaboradoras de Telefónica.

Este programa, lanzado a finales del 2020, ha impulsado la contratación de más de 250 mujeres técnicas, es decir, logró una participación femenina del 10% sobre el total del servicio técnico. Para este año, 'Mujeres en Red' ha ampliado su compromiso con la equidad e incorporado nuevas áreas.

Empresa responsable

En junio, Movistar fue galardonada por décimo primer año consecutivo con el Distintivo "Empresa Socialmente Responsable" (ESR), otorgado por la Asociación Perú Sostenible en alianza con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

En esta ocasión, Movistar fue reconocida, una vez más, por su gestión de la sostenibilidad durante el 2021, promovida mediante su enfoque y principios de Negocio Responsable, que le permite contar con una relación de confianza con sus grupos de interés.

Además, por segundo año consecutivo Movistar recibió las certificaciones internacionales de I-REC y AENOR que aseguran el origen renovable del 100% de uso de energía eléctrica proveniente de las centrales de generación hidroeléctrica de Statkraft Perú, utilizada en todas sus operaciones en el país.

En ese sentido, se disminuyó en un 92% la huella de carbono de la compañía al 2021 (emisiones de CO₂) respecto al año base 2015, conforme a su Plan de Energía Renovable (cuyo objetivo es ser 100% renovables al 2030) y con el propósito de contribuir a aminorar los efectos del cambio climático.

Asimismo, se conoció que Wayra Hispam, el hub de innovación abierta y fondo corporativo de Telefónica Movistar en la región, ha tenido una inversión acumulada en el Perú de US\$ 3,9 millones en sus 11 años de trayectoria en el país. Actualmente cuenta con 13 startups activas como Chazki, Crehana, Joinnus, Fitco, Mapsalud, Imix, entre otras.