

Medio: Periódico El Universal
Fecha: Jueves 03 de abril de 2008

Gente con pocos ingresos usa celular sólo para recibir llamadas

Humberto Niño de Haro

Se incrementa la modalidad 'el que llama paga'

Con el afán de minimizar el gasto en el uso de la telefonía móvil, uno de cada tres usuarios realiza llamadas perdidas o timbrados con significados preestablecidos, de acuerdo con un estudio del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).

Además, poco más de la mitad de los usuarios situados en los niveles socioeconómicos D y E de la población —cuyo ingreso mensual promedio es menor a 4 mil pesos— utiliza su teléfono sólo para recibir llamadas.

Le siguen estrategias como el envío de mensajes de texto en su mayoría entre jóvenes y la renta de equipos celulares, según el estudio Oportunidades móviles: pobreza y acceso a la telefonía en América Latina y el Caribe.

Judith Mariscal, directora del programa de Investigación en Telecomunicaciones del CIDE, explicó que con la ampliación de la modalidad 'el que llama paga' a nivel nacional esta práctica se incrementó, inclusive con llamadas de migrantes en Estados Unidos, quien en este caso asume la mayor parte del gasto debido a su capacidad de pago.

Agregó que esto es posible gracias a que aun sin crédito los usuarios permanecen comunicados.

La investigación detalla que 45% de los celulares que reciben una llamada perdida o beeping llaman de vuelta 34% de las veces.

Sin embargo, pese a que 65% de los usuarios dicen utilizar el servicio para recibir llamadas, 56% también realizan llamadas aunque transcurran largos periodos sin concretar una.

Respecto del uso de mensajes cortos (SMS), según los datos recabados en la ciudad de México y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, como muestras poblacionales, 52% de los usuarios sí los utilizan y de este grupo 93% consideran que una de las principales ventajas del envío de un mensaje sobre las llamadas es su menor precio.

El resto no lo hace en 39% porque no saben hacerlo, 22% consideran que es poco conveniente y 13% debido a que ninguno de sus conocidos lo hacía.

No obstante, el gasto de la población de escasos recursos en materia de telefonía celular va en aumento, por lo que representa una oportunidad de negocio para las telefónicas, aseguró Mariscal.

De acuerdo con cifras del CIDE, la penetración de teléfonos móviles en sectores de bajos ingresos (D y E) pasó de 9% en 2003 a 27% el año pasado, cuando estos niveles socioeconómicos representan 56% de la población total.

En tanto, el gasto per cápita de los pobres en telefonía móvil es más alto de lo esperado en América Latina, pues fluctúa entre 6.1 y 15.7 dólares mensuales; México es el país que más gasta.

El estudio de la división de Telecomunicaciones del CIDE detalla que para los más pobres del país el gasto en telefonía celular representa casi 10% de su ingreso mensual, mientras que

para las familias de ingreso medio significa 3.7%, y en algunas personas pueden llegar a alcanzar hasta 40% del total de ingresos.

Según datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2006 del INEGI, los hogares mexicanos destinan, en promedio, 4.8% de su gasto total al rubro de las comunicaciones, mientras que en 2002 erogaban 3.3%.

En el caso específico de la telefonía celular, según el Banco de México, en 2006 los casi 11 millones de hogares con teléfono celular destinaron 362 pesos mensuales al uso de este medio de comunicación, lo que significó un incremento de 18% respecto del gasto realizado en 2004.