Publicado en el 23/02/2016

Los precios en telefonía siguen subiendo

Una de las estrategias que siguen las principales empresas de telefonía y telecomunicaciones es la de subir precios a cambio de ofrecer más productos o una mejora de los mismos sin que el usuario los requiera. La OCU reclama a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia que vele por la competencia para que los usuarios no acaben pagando por productos no solicitados

Durante el pasado año se produjo un cambio en la tendencia en los precios de las telecomunicaciones y han sido varias las subidas de precios producidas por las principales compañías de telecomunicaciones.

Distintos factores han contribuido a esta situación

Estas subidas han estado facilitadas por la desaparición de algunos de los principales competidores como Jazztel, adquirida por Orange u Ono adquirida por Vodafone.

Una nueva estrategia, en que los principales operadores en el sector de la telefonía móvil han apostado por competir con segundas marcas (Tuenti es la segunda marca de Movistar, Amena y Simyo en Orange o Lowi creada por Vodafone). Así, evitan que la marca principal tenga que reducir precios, e incluso pueden subirlos, pues los clientes que “huyen” acaban en un porcentaje elevado en compañías del mismo grupo.

2016 empieza con más subidas

Movistar encadenó varias subidas en enero que han culminado con el incremento en 3 euros de sus productos estrella Fusión a partir del 5 de Febrero. Estas subidas de tarifas se justifican con mejoras en los servicios (los productos de 30 y 300 Mb pasan a ser simétricos) e incremento de la franquicia.

Orange también ha subido el precio de su producto convergente (la oferta que combina línea fija y móvil).

Vodafone es el último en sumarse a esta subida de tarifas, anunciando una subida para compensar el coste de las negociaciones de futbol.

Aunque en contrapartida se ofrezcan pequeños pluses o mejoras, en realidad son pocos los clientes que demandan más velocidad o nuevos servicios. Lo cierto es que las mejoras que proponen los operadores serán valoradas por algunos clientes pero resultan totalmente innecesarios para otros.

El consumidor, perjudicado

Estos movimientos no son una sorpresa: desde el anuncio de subidas de Movistar, era de esperar la reacción de sus competidores. El resultado es que, con estas subidas, la factura que paga el consumidor medio aumenta y a cambio reciben productos no solicitados.

Por su parte, la Organización de Consumidores y Usuarios manifiesta su preocupación por estas subidas, al tiempo que pide a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) que vele por la competencia del mercado.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: Finanzas Telecomunicaciones Televisión y Radio E-Commerce Consumo Otras Industrias

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es