

Telefónica cierra segundo año con pérdidas consecutivas en Chile: US\$446 millones en 2024

La compañía controlada por Telefónica en España y que opera la marca Movistar más que quintuplicó las mermas del año previo. Según sus reportes, en el último año, la compañía perdió más de dos millones de clientes del servicio móvil. En televisión, la industria sigue perdiendo conexiones a manos del streaming.

PAULINA ORTEGA

Los resultados financieros de Telefónica Móviles Chile son concluyentes: los últimos años en el país no han sido rentables para la compañía. Al cierre del 2024 la firma, que opera bajo el nombre de Movistar, profundizó las pérdidas que viene arrastrando por dos años consecutivos hasta casi sextuplicarlas.

Al cuarto trimestre del año pasado, el grupo de telefonía fija, móvil, internet y televisión registró pérdidas por \$445.230 millones (US\$446,8 millones). Con ello, sus pérdidas aumentaron casi 482% en relación a 2023, cuando estas llegaron a \$76.519 millones (US\$76,8 millones).

El mal ejercicio ocurre en medio de las definiciones que la matriz de Movistar, Telefónica en España, está tomando sobre su presencia en Hispanoamérica: esta semana anunció la venta de sus operaciones en Argentina.

Los ingresos de actividades ordinarias de Movistar del año pasado disminuyeron un 4,8% desde los \$1.698.144 millones (US\$1.704 millones), hasta los \$1.616.994 millones (US\$1.622 millones).

Lo anterior fue impulsado por el principal negocio de Telefónica en Chile: las telecomunicaciones móviles, que presentan más de la mitad del total de las ventas de la compañía. Los ingresos de este segmento se contrajeron 7,4% versus el 2023, "dado principalmente por caída en venta de terminales de un 15,6% para todos los segmentos y un servicio de contrato el cual se mantiene respecto al ejercicio anterior; se aprecia una caída en los ingresos de Machine to Machine (M2M) empresas de un 49,9%; adicionalmente el servicio de banda ancha móvil cae un 22,9%", detalló la compañía a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

En lo que respecta a los servicios de postpago, es decir, los planes contratados, Telefónica anotó una merma de 3,4% equivalente a perder 134 mil unidades de parque. Pese a ello, el grupo afirmó que aquello estuvo compensado por un mayor ARPU (in-



greso promedio por usuario), que subió un 3,2% en todos los segmentos.

En el negocio de telefonía, banda ancha fija y otros, que representan el 27,6% del total de los ingresos ordinarios, logró aumentar marginalmente, en un 0,2% en relación al periodo anterior. "Esta variación refleja una dinámica estable en el ejercicio sin grandes desvíos en los servicios telefonía básica y banda ancha", expresó Movistar.

El área de servicios de datos y soluciones tecnológicas empresas, que representan casi el 12% del total de los ingresos, contrajo sus ventas en un 7% en proyectos de servicios privados.

Por su parte, los servicios y equipos de televisión, con una participación de 9,2% en el total, mermaron sus ingresos en un 1,8% por la "disminución del parque de tecnología DTH y migración del mercado a streaming para este servicio", explica Movistar.

Con todo esto el Ebitda (ganancias antes de impuestos, intereses, depreciación y amortización, una medida del flujo de caja operacional) pasó de números positivos en 2023, con \$333.663 millones (US\$334,9 millones), a negativos, hasta los \$45.601 millones (US\$45,8 millones).

El resultado operacional se mantuvo en números rojos, pasando de -\$5.825 millones (US\$5,8 millones), a -\$377.081 millones (US\$378,4 millones). Lo anterior se explica por un aumento de los gastos en un 11,7% en el 2024 versus el 2023, determinado por el arriendo de fibra óptica a Onnet Fibra, el deterioro de plusvalía, la menor venta de terminales móviles y servicios de atención a clientes, entre otros factores.

DOS MILLONES MENOS

En sus análisis razonados, la compañía evidenció un deterioro en el número de ac-

cesos de casi todos sus servicios.

En su segmento principal, el servicio móvil de voz y datos, de prepago y postpago, descendió 26,6%, al pasar de 7.737.306 conexiones a 5.678.423 al cierre de 2024. Con ello, perdió 2.058.883 accesos.

En banda ancha, perdió 20.375 clientes, con un descenso de 6,7%, mientras las conexiones de internet fijo de banda ancha cayeron 4,1%, hasta 1.382.907.

En televisión, perdió 72 mil abonados, un 11,2%, al caer desde 649 mil clientes a 576 mil. "El mercado de televisión estimamos alcanzó un parque de 2,8 millones de suscriptores al cuarto trimestre del 2024, una caída de -7,1% respecto al mismo trimestre del 2023, alcanzando una penetración en la población de 14% con una caída de -1,2 p.p. La caída de accesos de Televisión responde principalmente al crecimiento de los streaming (OTTs)", analizó Telefónica. ●