

Digi se alza al podio de la captación de líneas móviles

CRECIMIENTO/ La 'teleco' rumana capta 551.000 clientes móviles en 2019, por delante de los 533.000 de Movistar y sólo puede ser superada por MásMóvil.

Ignacio del Castillo. Madrid

El operador de telecomunicaciones Digi, filial del grupo rumano RCS/RDS, ha cerrado el ejercicio 2019 con un total de 1,894 millones de clientes de telefonía móvil, lo que supone 551.000 líneas móviles más que un año antes o un crecimiento del 41% sobre los 1,343 millones de usuarios que tenía a finales de 2018, según ha informado la matriz de la compañía, la rumana Digi Communications. Digi alquila la red de móvil y de fibra de Telefonía.

De las 551.000 líneas móviles del conjunto del ejercicio pasado, unas 166.000 corresponden al último trimestre de 2019, un 20% más que en el mismo periodo de 2018.

Las cifras de captación de Digi la situarán previsiblemente en segundo lugar del mercado español en cuanto a la captación de nuevos usuarios durante 2019, ya que habrá superado los 533.000 nuevos usuarios -de 18,38 millones a 18,91 millones- que sumó Telefonía en el pasado ejercicio. Pero estará muy por delante de los números presentados por Vodafone, que en los cuatro trimestres del año 2019 -que no coinciden con su ejercicio fiscal- ha perdido 329.000 líneas. Por su



Marius Varzaru, CEO de Digi.

parte, Orange sumó 127.000 nuevas líneas. Sólo MásMóvil, que presenta resultados la semana que viene y que en los tres primeros trimestres del año ha sumado más de 400.000 nuevas altas de líneas móviles -viene manteniendo un ritmo de unas 200.000 altas de contrato al trimestre-, puede superar a Digi. Por su parte, el ingreso medio por usuario (Arpu) de telefonía móvil de Digi se situó en 2019 en 9,3 euros, ligeramente inferior de los 9,4 euros de 2018.

"Durante 2019, Digi España se convirtió en el segundo operador móvil virtual de mayor crecimiento y en el quinto operador de móviles en España", señaló la firma en un comunicado en el que destacaba que la filial acumula once tri-

mestres de "crecimiento acelerado". Digi llegó a 600.000 clientes móviles en 2016, escaló hasta los 900.000 en 2017, a 1,340 millones en 2018 y a 1,894 millones en 2019, lo que supone triplicar su base de usuarios móviles en tres años.

En cuanto a su negocio de fibra la operadora concluyó 2019 con unos 81.000 usuarios, frente a los 8.000 que tenía a finales del cuarto trimestre de 2018, cuando lanzó el servicio. El Arpu del negocio de fibra en 2019 fue de 24,5 euros frente a los 20 euros de 2018. Igualmente, en telefonía

fija ha pasado en un año de 3.000 clientes a tener 31.000, que tienen un Arpu de 3,1 euros al mes.

En 2019, el servicio de fibra de Digi se amplió fuera de la Comunidad de Madrid y llegó a 16 provincias más.

El negocio de Digi en España e Italia (España supone el 85% aproximadamente) logró unos ingresos de 216,8 millones de euros, un 44,5% más que los 150 millones de 2018, mientras que su ebitda ajustada fue de 39,6 millones, un 46% más que los 27 millones de 2018.

Las TV piden anunciar el juego online más allá del fútbol

B.Treceño Madrid

El Real Decreto presentado por el Gobierno que regula la publicidad de las casas de apuestas ha generado numerosas discrepancias en el sector del juego, sobre todo por parte de las televisiones. Se consideran las grandes perjudicadas de esta nueva norma que, de aprobarse, limitará la publicidad del juego online al horario de 1 a 5 de la madrugada, con la salvedad de los acontecimientos deportivos, en los que se podrán emitir anuncios cuando el partido empiece a partir de las 20:00 horas.

Para la patronal de las televisiones en abierto, Uteca, si se contempla la excepción con el fútbol, deberían permi-

tirse este tipo de spots todos los días a partir de las 22:00, el horario que establece la Ley Audiovisual para adultos.

Uteca considera que se trata de una discriminación injustificada y de un ataque directo al medio televisivo frente a la permisividad que tendrán las plataformas de streaming, para quienes no se contemplan restricciones.

Para la patronal Cejuego, la norma "acierta" en la limitación de contenidos de tipo agresivo, pero "falla" en hacer excepciones con algunos operadores, como Loterías del Estado, "que deberían tener el mismo límite horario que el resto", dice el director general, Alejandro Landaluze.

Huawei abre una tienda en Barcelona

Expansión. Barcelona

La multinacional tecnológica china Huawei, en el punto de mira de la Administración estadounidense que lidera Donald Trump, abre hoy, sábado, en Barcelona su segunda tienda de bandera en España, después de la que la marca inauguró en julio del pasado año en Madrid.

El establecimiento, situado muy cerca de la gran tienda de Apple en la ciudad, se encuentra en Plaza de Cataluña y dispone de una superficie de 750 metros cuadrados repartida en dos plantas. Su apertura debía coincidir con el prólogo del frustrado Mobile World Congress (MWC), evento que iba a celebrarse a

partir del próximo lunes en la capital catalana y donde Huawei era el principal expositor.

Huawei, que anunció su desembarco en Barcelona hace más de un año, se ha instalado en un local ocupado en su día por Bankia que era propiedad de la entidad. El banco lo vendió hace dos años al fondo BMO Real Estate Partners por 28 millones de euros.

Además de la venta de smartphones, tabletas o relojes inteligentes, el denominado Espacio Huawei está concebido como un recinto para el ocio, la innovación, la formación y la consultoría especializada, de la mano de expertos en fotografía, diseño, video o multimedia.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A LA EMPRESA



u t o p i a . A I

IDENTIFICACIÓN Y AUTENTICACIÓN DE
LA VOZ DE SUS CLIENTES VÍA TELEFÓNICA

Empresa certificada



Security
Standards Council



sesame

Verifique la identidad biométrica mediante la huella vocal de sus clientes y proveedores

Evite fraudes y aplique seguridad PSD2 en sus cobros telefónicos

www.utopia.ai +34 911 22 44 66 ai@utopia.ai

BERLÍN · NUEVA YORK · MADRID · SAN DIEGO · BURDEOS · VENECIA

PAGOS
SEGUROS
A TRAVÉS
DE LA VOZ