

Personal

Estás primero

Mercado

La telefonía celular es uno de los sectores más dinámicos de la economía argentina. Luego de haber superado a la cantidad de líneas fijas en diciembre de 2004, en los primeros seis meses de 2005 el mercado registró un crecimiento del 28% respecto del año anterior. Por lo cual, la penetración celular en el país se ubica en un 45% y continúa en avance.

Al igual que en los principales mercados del mundo, el escenario es sumamente cambiante y se caracteriza por un elevado nivel de competencia.

Telecom Personal se ha desempeñado en ese contexto como líder en cantidad de clientes desde 1999 y, al cierre de esta publicación, se posiciona segundo luego de la fusión de dos operadores locales.

Logros

Fiel a su tradición de líder en el desarrollo de servicios de vanguardia que agreguen valor a las comunicaciones de sus clientes, la estrategia de Personal ha sido consistente desde sus inicios.

Es por ello que ha sido la primera operadora celular en introducir muchos servicios de vanguardia. Entre ellos se cuentan:

- Marzo de 1999: Identificación de llamadas.
- Octubre de 1999: Mensaje de Texto Personal (SMS).
- Diciembre de 2001: Red GSM con Roaming Internacional.
- Mayo de 2002: Banda Ancha Móvil.
- Septiembre de 2003: Mensaje Multimedia Personal (MMS).
- Marzo de 2004: Personal Click (toma de fotografías mediante celular y envío a direcciones de correo postal).
- Abril de 2004: Personal TV Móvil.
- Noviembre de 2004: Recarga Delivery y Recarga SOS (introducen servicios exclusivos que permiten adelantar recargas cuando finaliza el crédito de un servicio prepago y trasladar crédito de un cliente postpago a otro prepago).
- Diciembre de 2004: Turbo Mail, único servicio que permite a los clientes de empresas recibir el e-mail corporativo en el celular.



Historia

Personal comenzó sus actividades comerciales el 20 mayo de 1996, operando la Banda A de telefonía celular de la Región Norte de la Argentina.

Con vocación de líder desde sus inicios, la empresa se enfocó en lograr una rápida inserción en el mercado mediante el desarrollo de la mejor red TDMA del país, el lanzamiento de servicios exclusivos y de avanzada y una alta calidad de atención.

Gracias a esta estrategia, Personal se convirtió hacia fines de su primer año de actividad en la compañía celular de mayor crecimiento histórico de la Argentina.

El 8 de abril de 2000 puso en funcionamiento su red digital PCS en la Región Sur de la Argentina, la que se sumó a sus redes de la Región Norte y de Buenos Aires. Desde esa fecha, la compañía cuenta con la primera red digital PCS que cubre todas las regiones del país, extendiendo su servicio desde La Quiaca hasta Ushuaia y desde el Río de la Plata hasta la Cordillera de Los Andes.

En diciembre de 2001, la compañía dio un paso más al presentar la primera red GSM del país, que hizo posible la integración de la Argentina a las comunicaciones celulares más avanzadas del mundo.

Producto

A los mencionados, se suma una amplia gama de productos y servicios, entre los cuales se destacan, entre otros, aquellos desarrollos de Personal que permiten a los clientes prepagos ampliar sus posibilidades de comunicación.

Con el servicio *¿Me llamas?*, aun sin crédito, los clientes pueden comunicarse mediante el envío de un SMS que permite informar a un teléfono fijo o celular su necesidad de establecer una comunicación con él.

Adicionalmente, Personal implementó por primera vez en la Argentina y en forma exclusiva el roaming con Uruguay para el segmento prepago, ofreciendo a sus clientes un servicio similar al que poseen en la Argentina. De esta manera, los clientes del servicio prepago también cuentan con un diferencial de valor que se completa con los productos Recarga Delivery y Recarga SOS.

En la misma línea, *¿Quién llamó?* fue el primer servicio del mercado nacional en permitir a los clientes tener conocimiento de quiénes los han llamado mientras su celular estuvo apagado.

Por otro lado, la División Personal Empresas cuenta con equipos de asesores altamente capacitados a través de quienes brinda una atención profesional y personalizada a los clientes corporativos, dando respuesta a cada una de las necesidades de comunicación de las empresas.

Entre los principales servicios para este segmento se cuentan; desarrollo de aplicaciones a medida, Red Privada Virtual (WIN), Envío Grupal

Entre los principales servicios para este segmento se cuentan; desarrollo de aplicaciones a medida, Red Privada Virtual (WIN), Envío Grupal





la vez un crecimiento y una rentabilidad sostenidos. De este modo, durante 2005 Personal continúa liderando la renovación del mercado mediante el desarrollo de su red GSM, que permitirá una evolución a EDGE en el mediano plazo.

Valores de la marca

El auge del mercado acerca nuevos aires a la gestión de todos los operadores celulares, de la mano de la fuerte competencia, y en el caso de Personal no sólo le permite mantener el liderazgo sino también consolidar el compromiso contraído desde sus inicios con la satisfacción de sus clientes, empleados, comunidad y accionistas.

Luego de convertirse en la primera empresa de telecomunicaciones en ganar el Premio Nacional a la Calidad en el año 2001, la gestión continúa fortaleciendo sus

pilares institucionales mediante el programa Compromiso Personal, iniciado en 2003.

Este programa gira en torno a los valores: innovación, transparencia, simplicidad y conveniencia e incluye aspectos vinculados con la claridad y transparencia de las facturas, la atención de quejas y reclamos, hasta la creación de un área específica dentro de la compañía, la Defensoría del Cliente.

La creación del Club Personal, el programa de fidelización de clientes mediante millaje, completa una oferta integral de cara a un cliente cada vez más exigente.

Adicionalmente, en 2004 Personal inició un plan de posicionamiento de marca que abarca la estrategia de comunicación publicitaria tanto institucional como de servicios, estableciendo como eje de su mensaje la diferenciación y generación de valor a través de la permanente innovación tecnológica y de una calidad de servicio por encima de la oferta en el mercado.

Parte de este plan es el ciclo Personal en el arte y la cultura, basado en el fomento, la participación y el auspicio de eventos artísticos, culturales y sociales con el objeto de reforzar la recordación de su marca en la comunidad.

En ese marco se destaca el Personal Fest, el mayor festival de música internacional del país, tanto por lo ecléctico de su programación como por el ni-

vel de las bandas que participan y los géneros que abarca.

Algunos resultados de esta estrategia son:

- Personal es la marca preferida de las empresas (23%) según una investigación de Total Argentina Research S.A. de marzo de 2005 (Fuente: Revista Mercado, abril 2005).
- Personal es la tercera empresa mejor posicionada entre los consumidores por sus acciones de comunicación y promoción en centros turísticos, y es la segunda compañía en el Top Of Mind del verano (Fuente: Analogías, marzo 2005).

Estos logros se suman al de ser la marca más prestigiosa del sector; de acuerdo con la encuesta anual de marcas más admiradas de la Argentina que realiza la consultora CEOP para el diario de mayor circulación nacional, Clarín, en enero de 2005.

www.personal.com.ar



Lo que usted no sabía sobre
Personal

- Personal brinda servicio GSM en el cerro Veladero, ubicado en el departamento de Iglesia, provincia de San Juan, a 4.000 metros de altura sobre el nivel del mar, en la Cordillera de los Andes.
- Permite a sus clientes recibir su correo corporativo en el celular, con Turbo Mail.
- Presentó el servicio de TV Móvil por primera vez en la Argentina, aun antes de que estuviera disponible en los Estados Unidos.
- Personal es la primera y única empresa de telefonía celular de la Argentina que pone a disposición de sus clientes el servicio de roaming multimedia internacional.
- Posibilitó la colocación del primer marcapasos en la Argentina con monitoreo remoto a través de la red de telefonía móvil GSM, que permite enviar un reporte completo de la función cardíaca del paciente por la red celular.



de Mensajes de Texto, Banda Ancha Móvil, Turbo Mail, entre otros.

En materia de roaming internacional, en 2004 Personal se convirtió en la primera compañía celular en Latinoamérica y la única en la Argentina en implementar el servicio de roaming internacional GPRS/MMS (de transmisión de datos), mediante el cual los clientes pueden recibir y enviar mensajes multimedia entre distintos países donde operan compañías del Grupo TIM: Uruguay, Chile, Perú, Brasil, Estados Unidos e Italia.

Desarrollos recientes

- Febrero 2005:
 - Primer Fotocomic para celulares.
 - Fútbol en el celular: mediante su servicio Personal TV Móvil, por primera vez se transmite fútbol en vivo en la Argentina.
- Marzo de 2005:
 - Primer programa nacional especialmente desarrollado para celulares, Personal Stand Up.
 - Primeras tarjetas electrónicas para celulares, Personal E-Cards.
- Junio de 2005:
 - Personal presentó Roaming Internacional One Rate Estados Unidos que brinda a sus clientes la posibilidad de utilizar los mismos servicios que en la Argentina con la facilidad de pagar un único precio en sus llamadas locales e internacionales y en el envío y recepción de mensajes de texto a ese país.

Promoción

La progresiva recuperación del mercado, el crecimiento de la economía y la migración hacia nuevas tecnologías que está teniendo lugar en la Argentina perfilan una continuidad de ardua competencia entre las operadoras de telefonía celular.

Con una clara orientación hacia el cliente, su atención y fidelización son la clave de Personal, como marca premium del mercado celular, junto con la innovación en planes, productos y servicios de valor agregado.

Personal orienta su estrategia a generar y fortalecer su posicionamiento como empresa premium e innovadora diferenciando su oferta a través de la generación de valor para sus clientes y promoviendo a

