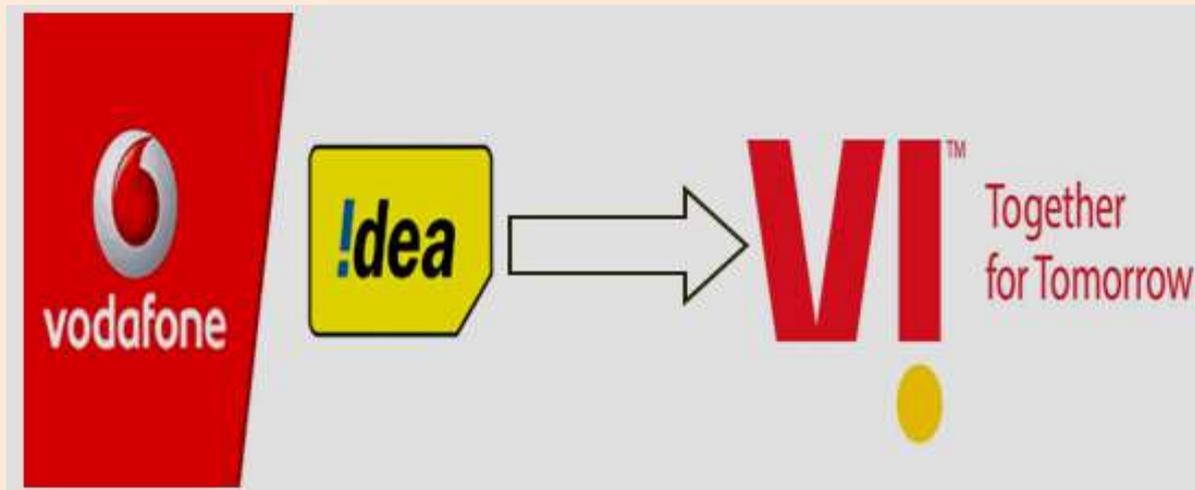


De la supervivencia al renacimiento – Vodafone-Idea

El 7 de septiembre de 2020, Vodafone-Idea hizo un anuncio estratégico de rebranding. La compañía decidió cambiar su nombre como Vi (leer como 'Nosotros') con un lema "Juntos para mañana" para ganar terreno perdido y recaudar \$3.000bn. Según el CEO, Ravinder Takkar, la compañía está dispuesta a dar un paso hacia el aumento de las tarifas de servicio. También la compañía mencionó que ha rediseñado su red con tecnología 5G y duplica la capacidad de datos desde la fusión. Echemos un vistazo a su viaje.....



Acerca de la Compañía

Vodafone como marca independiente se estableció en 1991, Berkshire, Reino Unido. Vodafone entró en la India en 2007 y en 2011, adquirió una participación controladora en Vodafone India. El 31 de agosto de 2018, Vodafone India se fusionó con Idea Cellular, para formar una nueva entidad llamada Vodafone Idea Limited.

Vodafone Idea Limited es una asociación de Aditya Birla Group y Vodafone Group. La compañía ofrece servicios pan India Voice y Data a través de plataformas 2G, 3G y 4G con la visión de crear experiencia digital de clase mundial para conectar e inspirar a cada indio a construir un futuro mejor. La

compañía ofrece servicios de valor agregado como GPRS, conferencia de llamadas, GSM, GPS y soluciones de negocio personalizadas.

Suscriptores para abril de 2020

La compañía ofrece servicios en los 22 círculos. La cobertura de banda ancha de la compañía está disponible en más de 325.000 ciudades y pueblos censales, cubriendo más de mil millones de la población india. La cobertura de la población 4G se sitúa en 992 millones al 31 de marzo de 2020. En la tabla siguiente se proporcionan métricas de datos clave a lo largo del año:

Descripción	Unidad	Q4-2019	Q1-2020	Q2-2020	Q3-2020	Q4-2020
Total de suscriptores de datos (2G+3G+4G)	Millones	146.3	143.3	140.3	142.0	139.5
Suscriptores de banda ancha (3G+4G)	Millones	110.2	110.5	112.2	118.4	117.4
Suscriptores 4G	Millones	80.7	84.8	95.9	104.2	105.6
Uso mensual de datos por suscriptor de banda ancha (3G+4G)	Megabyte	8,815	9,657	10,350	10,700	11,462
Volumen total de datos (2G+3G+4G)	Bn Megabyte	2,947	3,222	3,492	3,790	4,090
Cobertura de la población de banda ancha	Millones	922	943	993	998	1,010
Cobertura de población 4G	Millones	871	916	962	974	992

(* incluye a los suscriptores de VoLTE a partir del Q2FY20, por lo que no son comparables a los trimestres anteriores.) Fuente : Informe Anual2019- 20)

La compañía ha visto un aumento constante en la penetración de suscriptores de banda ancha (como porcentaje de suscriptores reportados) aumentando de

23.6% en el segundo trimestre9 a 40.3% en el cuarto trimestre y penetración de 4G aumentando del 15,6% al 36,3% en el mismo período.



(* incluye a los suscriptores de VoLTE a partir del Q2FY20, por lo que no son comparables a los trimestres anteriores.) Fuente : Informe Anual2019- 20)

Rendimiento financiero para junio de 2020

La compañía reportó ventas netas consolidadas de Rs 11735.6 crore para el trimestre terminado 31-Mar-2020, un 5,83% más que Rs 11089.4 crore del trimestre anterior y un 0,04% más que el trimestre del ejercicio 11740.6 crore. La pérdida neta para el último trimestre se situó en Rs 11643.5 crore, un 138,5 por ciento más que en el mismo trimestre de hace un año.

Ingresos brutos anticipado

Es la tasa de uso y licencia pagada por los operadores de telecomunicaciones al Departamento de Telecomunicaciones. Precisamente, bajo este modelo, los operadores de telecomunicaciones comparten un porcentaje de sus Ingresos Brutos Anticipados con el gobierno en forma de tasa de licencia y cargos por espectro.

¿Cuál es la disputa?

Según el Departamento de Telecomunicaciones, los cargos se calculan sobre la base de todos los ingresos obtenidos por los operadores, incluidas las fuentes no relacionadas con las telecomunicaciones, tales como intereses de depósito, ventas de activos, cargos de instalación, servicios de valor agregado, reclamo de seguro, ganancia de divisas, dividendo. De acuerdo con los operadores de telecomunicaciones, los ingresos brutos anticipados deben comprender únicamente los ingresos generados por los servicios de telecomunicaciones. Desde 2005, grupo de presión para jugadores viz. Airtel y Vodafone-Idea impugnaron la definición del Departamento de Telecomunicaciones de cálculo de ingresos brutos anticipados.

Según el Departamento de Telecomunicaciones, el total de cuotas de ingresos brutos anticipados de Vodafone-Idea es de Rs. 53.000 Crore. A partir de agosto de 2020, la compañía ha pagado Rs. 6854 crore por su supervivencia y el monto restante será pagado por la compañía de acuerdo con la orden de la Corte Suprema durante un período de 10 años. Debido a esto, la compañía ha acumulado una enorme carga de deuda.

Cambio de marca para avivamiento

Cambio de marca: como dice el propio término, está cambiando la imagen de una empresa. Es una estrategia de marketing adoptada por las empresas para crear una nueva perspectiva. Puede ser un cambio de logotipo, nombre, símbolo o combinación de todos. La estrategia puede ayudar a influir en la percepción del cliente sobre los productos o servicios o el negocio en general.

Según el experto en branding, Seth Godin, "Una marca es un conjunto de expectativas, recuerdos, historias y relaciones que se toman en conjunto y dan

cuenta de la decisión del consumidor de elegir un producto o servicio sobre otro".

Muchas empresas importantes han tomado la decisión de cambiar su marca, como:

- **Microsoft:** una empresa estadounidense cambió su logotipo en 2012. El nuevo logotipo incluye un símbolo multicolor que se encuentra en el producto Windows de la empresa. En una primera, la "marca denominativa" ha ido acompañada de una imagen. Según Jeff Hansen, el nuevo logotipo está diseñado para "señalar la herencia, pero también señala el futuro: novedad y frescura".
- **Titan:** una empresa india de bienes de consumo, cambió su logotipo en 2013 y también cambió su nombre a Titan Co. Ltd. (el nombre anterior era Titan Industries). Según la empresa, el nuevo logotipo destaca el compromiso de la empresa de crear valor, innovar y mantener los más altos estándares globales.
- **Satyam Computer Services:** una empresa de tecnología india fue vendida a otra empresa india, Tech Mahendra y cambió su nombre a Mahendra Satyam en 2013. En 2009, el presidente de Satyam, Byrraju Ramalinga Raju, dimitió, confesando que había manipulado las cuentas de Rs. 14.162 millones de rupias en varias formas. Satyam fue uno de los peores escándalos de fraude empresarial. Al cambiarle el nombre a Mahendra Satyam, la empresa tiene como objetivo revitalizar y ganar la confianza de las partes interesadas.

En líneas similares, Vodafone-idea también optó por la opción de cambio de marca para revivir la empresa. Con este cambio de marca, la empresa tiene como objetivo centrarse en satisfacer las necesidades del cliente para ayudarlo

a prosperar. La empresa está sufriendo una gran crisis financiera, pero ha tomado las medidas necesarias para gestionar los desafíos como: aumentar Rs. 25.000 millones de rupias en concepto de equidad, ofrecen servicios digitales de clase mundial para satisfacer las necesidades del cliente en el entorno cambiante y aumentar las tarifas.

Según la alta dirección, el lanzamiento de la nueva marca significa el deseo de la empresa no solo de ofrecer servicios, sino también de deleitar a sus clientes, partes interesadas, comunidades, empleados y señala la pasión y el compromiso de la empresa de ser un campeón de la India digital ".



Fuente : www.moneycontrol.com, www.vodafoneidea.com, www.thehindu.com