

QUIEREN RECICLAR CELULARES.

ReCellular intenta convencer a las compañías locales para iniciar operaciones en México.

Zacarías Ramírez Tamayo

El furor actual por los teléfonos celulares encierra un peligro, la fuente de contaminación de sus componentes, y una oportunidad, el reciclaje. Los 200 millones de aparatos que, se calcula, entran en desuso cada año son una gran carnada para una serie de compañías dedicadas a reaprovechar artefactos destinados a los confinamientos. Una de ellas es ReCellular, firma con sede en Miami que prepara su llegada a México. Pero antes de entrar deberá convencer a los mayores operadores de telefonía celular en el país, Telcel, Telefónica Movistar y Unefon-lusacell, de iniciar programas de recuperación de aparatos con sus clientes.

En México se calcula en 30 millones el número de usuarios de telefonía móvil, lo que significa más de 50 millones de aparatos sin utilizar. De acuerdo con Ericsson, el tiempo promedio que un usuario emplea un mismo aparato son dos años, luego lo cambia atraído por los nuevos diseños y aplicaciones. Pero los operadores hacen esfuerzos por acelerar el ciclo, agrega, a fin de sacar de circulación teléfonos inactivos o incompatibles y generar más tráfico.

La mayor parte de los aparatos desplazados son cedidos a un familiar, señala Gary Straus, vicepresidente de atención al medio ambiente de ReCellular, pero una vez que han pasado de mano en mano, nadie sabe dónde terminan. Los recuperados son subastados entre firmas de reciclaje, incluida ReCellular, pero ocurre poco.

ReCellular inicio programas de reciclaje en 1999 en Estados Unidos, y hoy es uno de los mayores compradores y vendedores de celulares usados y reconstruidos del mundo. Trabaja con empresas como Verizon, Sprint, T-Mobile, con asociaciones de



telecomunicaciones, fundaciones, fabricantes de equipos como Motorola y distribuidores como Best Busy. Su negocio consiste en comprar a las telefónicas los aparatos que sus clientes ya no usan, los reconstruye y vende a distribuidores para que los coloquen nuevamente en el mercado a la mitad del precio de un aparato nuevo.

La firma asegura que su capacidad para vender aparatos en todo el mundo le permite maximizar el precio de los equipos y, por tanto, ofrecer un buen precio a los operadores. Tiene una alianza con AHCIET, asociación de telecomunicaciones inalámbricas de España y América Latina, con lo cual puede ofrecer programas de recolección a los operadores de la región antes de que los gobiernos emitan la regulación respectiva.

Para poder arrancar en México, debe convencer a los operadores de iniciar o intensificar la recuperación de aparatos a través de descuentos de 10% a 20% en los teléfonos nuevos, ofrecer premios en tiempo aire o accesorios. “Es difícil en México porque estos operadores están ocupados en aumentar su base de clientes y su red de servicio”, acepta Straus. No hay fecha de inicio del programa, concluye.