

cómo morir por aumentar el número de clientes: Yoigo – micropost

Estoy siguiendo muy de cerca la andadura de [Yoigo](#), desde sus orígenes. Tal vez sea porque siempre tuve ilusión de entrar a formar parte del proyecto que ahora se llama así, Yoigo, pero que hace 9 años cuando les envié un montón de curriculumms se llamaba Xfera, el cuarto operador móvil de España (actualmente, la razón social sigue siendo Xfera móviles).

Se dice como una de las causas por las que Telia Sonera (operador sueco con el 76,6% de Yoigo) quiere vender su parte de Yoigo, el gran aumento de pérdidas en este último año, debido al enorme incremento en el número de clientes...

TeliaSonera reveló en noviembre, ante las abultadas pérdidas que estaba acumulando la filial española –debido, en parte, a su fuerte crecimiento en volumen de clientes–, que mantenía abiertas todas las posibilidades para su filial española, lo que significaba que ésta se ponía en venta.

Flipante, ¿verdad?, cómo en «la empresa tradicional» uno se muere por tener más clientes, porque tener más clientes suele significar tener más ingresos, pero en otras empresas, si tienes más clientes, tienes más pérdidas... curioso este mercado.

El párrafo lo he sacado de [este artículo](#).

un abrazo,
[aabrilru](#)