

Telecomunicaciones un negocio gigantesco a punto de cambiar de reglas

< POR JULIO OLEAS >
INVESTIGACIÓN: PABLO CARDOSO

La liberalización del mercado de las telecomunicaciones avanza. El país no puede esquivar el bulto y debe asumir las reglas del mercado, pese a la resistencia de sindicatos y grupos de interés enquistados en Pacifictel, o a las trabas tecnológicas interpuestas artificialmente para mantener clientelas cautivas. A costa de la desinversión nacional y hasta de la soberanía ecuatoriana, el TLC puede mejorar las opciones de los consumidores y de las empresas norteamericanas, que están perdiendo la batalla frente a transnacionales de otros países.

En cinco años las utilidades netas de las empresas de telecomunicaciones se han quintuplicado (*Gráfico 1, pág. sig.*) y, cada vez más, las tarifas se fijan en función de los costos reales. Los subsidios tienden a desaparecer, pero todavía están presentes. Más de 430 empresas de televisión, abierta y codificada, muestran que las telecomunicaciones permiten la coexistencia de grandes y chicos (*Cuadro 1, pág. sig.*), para beneficio de los consumidores. Una vez que el *boom* iniciado con la telefonía celular hace una década ya ha compensado las demandas represadas, el desarrollo futuro del sector dependerá de las condiciones de transparencia y competencia que puedan auspiciarse desde los entes reguladores del Estado. Todo podría cambiar más rápidamente si se llegara a firmar el Tratado de Libre Comercio con EEUU, pero las sustanciales reformas que acarrearía parecen desconocidas para el gobierno, que en más de un tema contradice su abierto apoyo a la iniciativa estadounidense.

Ilustración: Vladimir Tejón / Sesos.

CELULARES: los límites de la competencia

Hace diez años tener un teléfono celular era privilegio de pocos; hoy, dos de cada tres líneas son móviles. El índice de penetración (número de líneas en funcionamiento por 100 habitantes) de la telefonía celular supera el 25%, uno de los más altos de América Latina (*Gráfico 2, pág. sig.*).

Entre 2000 y 2003 la cantidad de celulares se multiplicó por seis. El poder adquisitivo de los consumidores, protegido por la dolarización, facilitó esta expansión de la demanda. También la competencia ha jugado un rol importante, primero entre Porta y Bellsouth y, a partir de 2004, con la presencia de Alegro, que impulsó a las otras dos operadoras a esforzarse por captar más clientes. Cuando se creía que el mercado estaba maduro, la Superintendencia de Telecomunicaciones (Suptel) ha certificado que el año pasado se incorporaron casi 830 mil nuevos usuarios.

En 1999, Porta y Bellsouth se repartían el mercado en proporciones igua-

les. Actualmente, el triunfador de la contienda es Porta, que tiene 66% de los 3,2 millones de clientes, mientras Bellsouth se ha rezagado y dispone de 32% (*Gráfico 3, pág. sig.*). El resto ha preferido a Alegro (poco más de 80.000 clientes en diciembre de 2004). Extrañamente, en presencia de un tercer competidor, el mercado se ha concentrado, en parte gracias a la estrategia comercial de Porta, con la que ha logrado que 91% de sus clientes utilicen tarjetas de prepago, modalidad que, aunque más cara, parece sintonizar mejor con las condiciones de la demanda.

El crecimiento de la telefonía celular es espectacular, la cobertura se ha ampliado significativamente y ya se ofrecen planes a 8 centavos el minuto —algo impensado hace solo un año. Los planes de prepago se mantienen en niveles muy altos, al amparo de contratos generosos. Sin embargo, el mercado todavía no produce todos los beneficios de la competencia. Según **Giusseppe Ceci**, gerente general de Alegro, las dos operadoras más antiguas crearon un duopolio facilitado por varios factores. La interconexión, por ejemplo: se cobra por los dos lados, lo que no ocurre en ninguna otra parte del mundo.

Como la tarifa tiene un límite (50 centavos por minuto), cobrar más por interco-

OFERTA DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIÓN, 1999-2004
(MAGNITUDES FÍSICAS)

CUADRO 1

	1999	2000	2001	2002	2003	2004***
Telefonía fija ¹	1.129.528	1.224.431	1.335.772	1.426.188	1.549.046	1.618.703
Telefonía móvil celular ¹	383.185	482.213	859.152	1.560.861	2.398.161	3.145.990
Móvil avanzado* ¹					3.804	79.635
Troncalizado ¹	11.908	11.825	12.598	14.703	17.320	17.719
Portadores ¹	343	918	2.595	4.091	2.220	12.706
Valor Agregado ** ¹	37.538	58.186	85.63	100.663	158.579	187.154
Concesionarios privados ²	4.756	3.759	4.054	4.454	4.812	5.241
Frecuencias privadas ¹	7.698	9.037	9.951	11.230	12.206	13.788
Estaciones privadas ³	86.066	83.485	89.456	102.685	110.396	119.883
Radiodifusión sonora ⁴	770	841	887	943	1020	1110
Televisión ⁴	221	239	240	324	281	317
Televisión codificada ⁴			54	79	103	114

* Servicio Móvil Avanzado desde diciembre de 2003 con ingreso al mercado de Telesca.

** Servicios de Internet.

*** A noviembre de 2004.

¹ Número de usuarios o líneas principales.

² Número de concesionarios.

³ Número de frecuencias.

⁴ Número de estaciones.

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES.

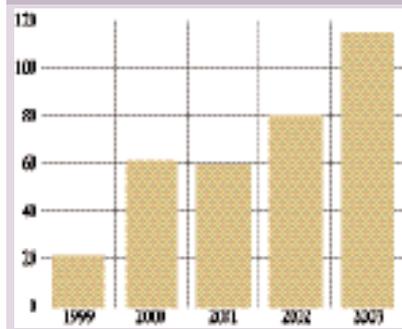
nexión incrementa los ingresos de las empresas sin contravenir la norma. Pero al hacerlo se crean barreras entre los usuarios, lo que reduce la competencia. Las tarifas más bajas ofrecidas por otro operador pueden no ser incentivo suficiente para que un usuario decida cambiar de operadora, pues costos menores por tiempo aire son contrarrestados por los costos de interconexión.

Otro factor que impide la competencia es la falta de "portabilidad del número" (la posibilidad de que un usuario cambie de operador manteniendo su número de celular). El plan de numeración determinado por la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) lo gestiona el Estado a través de las operadoras, pero éstas no son propietarias de ese recurso. En un mercado competitivo, es permitido que un usuario cambie de operador sin perder su número, lo que todavía no es posible en el mercado ecuatoriano, en el que las operadoras más grandes alegan que existen barreras tecnológicas que lo impiden (*Recuadro 2, pág. sig.*).

Las autoridades del sector deben corregir estas deficiencias, pero en este punto surge otro problema: la Suptel solo puede sancionar las infracciones de las operadoras con un máximo de \$ 200.

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES:
UTILIDAD NETA EN MILLONES DE US\$
(PRIMERAS 100 EMPRESAS)

GRÁFICO 1



FUENTE: PRODUCTO INDICADOR.

Cuando éstas decidieron cobrar la interconexión para mensajes de texto, prefirieron pagar la multa. Es más, las autoridades no pueden imponerse sobre los contratos de concesión de Porta y Bell-south, que permiten prácticas reñidas con la libre competencia. La pregunta entonces es ¿quiénes y por qué firmaron esos contratos? Está en el interés de toda empresa maximizar su utilidad, pero es responsabilidad de los funcionarios públicos de turno garantizar que esa comprensible pretensión no lesione los intereses de la comunidad a la que representan.

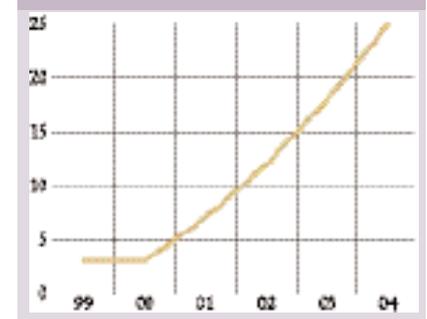
Al menos cuatro factores deben im-

ponerse para perfeccionar el mercado de telefonía celular. El primero es **transparencia para informar las tarifas**, sin añadidos u "ofertas" no monetarias, y con clara especificación de si incluyen o no IVA y otros impuestos. El segundo, **portabilidad numérica**: si el usuario quiere cambiar de operador, se le debe permitir mantener su número, pagando un costo razonable (en Europa esto es posible a cambio de 8 euros).

El tercero es algo más complejo, y podría aplicarse a futuros concesionarios. Los expertos lo llaman "carga de

ÍNDICE DE PENETRACIÓN DE TELEFONÍA CELULAR

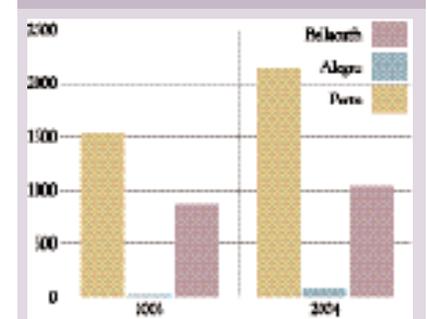
GRÁFICO 2



FUENTE: CONATEL E INEC.

CELULARES POR OPERADORA, 2003-2004
(MILES DE LÍNEAS EN USO)

GRÁFICO 3



FUENTE: SUPTTEL.

interconexión asimétrico". Un operador ya establecido, que disfruta de una apreciable participación del mercado, ya ha realizado la inversión para competir. Pero un operador nuevo debe incurrir en fuertes gastos de inversión y, durante esa etapa, se puede establecer un cargo de interconexión asimétrico que lo beneficie mientras adquiere la capacidad para competir en igualdad de condiciones.

RECUADRO 1

DOS GIGANTES SE DISPUTAN TELECOMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA

< POR PABLO CARDOSO >

América Móvil de México y Telefónica Móviles de España pugnan por consolidar sus posiciones en el mercado regional de telefonía celular. La competencia se desarrolla en la mayor parte de los mercados nacionales de América Latina, desde los más grandes y atractivos de Brasil y México, hasta los más pequeños pero nada despreciables de Centroamérica.

A pesar de los tintes duopólicos de esta competencia, el mercado regional de las telecomunicaciones se dinamiza, como lo prueban las guerras de precios y de promociones en los mercados más grandes de la región.

En México, donde América Móvil (Telcel) controla 80% del mercado, al mediar 2004 irrumpió Telefónica con una promoción de \$ 9 centavos/minuto para clientes de prepago. América Móvil respondió el golpe en Brasil—donde la alianza de Telefónica con Portugal Telecom participa de 45% del mercado—lanzando tarifas 20% más baratas que la competencia. La guerra de precios comenzó en el segmento de prepago, el más demandado en la región, y se ha extendido a los mercados bursátiles mundiales.

Telefónica Móviles es la segunda empresa europea de telecomunicaciones. Cuenta con casi 1,7 millones de accionistas. Sus acciones se cotizan en todas las bolsas importantes del mundo. En 2003, los ingresos del Grupo Telefónica alcanzaron los \$ 37.800 millones (casi el doble del PIB ecuatoriano previsto para 2005). América Móvil, la empresa del magnate mexicano **Carlos Slim**, cotiza desde 2001 en bolsas internacionales con positivas calificaciones de expertos y una sostenida tendencia al alza en su cotización.

La pelea beneficia a la subregión

América Móvil, con 54 millones de usuarios, es la primera empresa de telefonía celular de la subregión. Opera a través de subsidiarias y coinversoras en Guatemala, Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela, EEUU, México y España (Cuadro 4), y tiene intereses en Bell Canada International Inc. y SBC International Inc. Nació en 2000 como resultado de la escisión de la mexicana Telmex—comprada en 1990 por un consorcio liderado por Slim, a un precio de \$ 1.790 millones. Su condición de líder indiscutida en el mercado azteca le ha permitido crecer a nivel internacional, conquistando nuevos mercados y ofreciendo una amplia cartera de servicios—que incluye telefonía celular, transmisión de datos, televisión por cable, servicios de telefonía fija local e internacional y una gama de servicios de tercera generación.

En marzo de 2004 Telefónica Móviles protagonizó el suceso más importante de las

telecomunicaciones latinoamericanas, al comprar a Bellsouth sus activos de telefonía móvil de la subregión por un precio de \$ 6.000 millones. Esta maniobra le permitió ampliar su operación en seis países más (Panamá, Venezuela, Colombia, Nicaragua, Uruguay y Ecuador, Cuadro 5) y añadir 12,5 millones de usuarios a los 35 millones que ya tenía. También se convirtió en la sexta compañía de telefonía celular del mundo por capitalización bursátil, con un total de 103,8 millones de clientes. La jugada modificó profundamente el tablero regional, pues implicó el retiro de empresas de capital norteamericano. Ahora, Telefónica Móviles presta servicios en 12 países latinoamericanos y está empeñada en consolidar su posición, buscando la mejor forma de lograr economías de escala en sus subsidiarias locales, para ampliar el número de clientes.

Muchos apuestan a una homogeneización regional de las redes en el futuro mediano, pues América Móvil y Telefónica Móviles disponen de la misma tecnología, pero Bellsouth operaba con otra. Sin embargo, esta acción no ha sido confirmada, ya que supone una considerable inversión adicional de la transnacional española.

La competencia parece cada vez más dura, lo que impulsará positivamente al mercado subregional de telecomunicaciones. El

AMÉRICA MÓVIL: SUBSIDIARIAS Y AFILIADAS

CUADRO 4

País	Compañía	Negocio	Participación
México	Telcel	Celulares	100%
Guatemala	Telgua	Celular, Telefonía Fija	96%
Ecuador	Concel	Celulares	81%
Colombia	Comcel*	Celulares	96%
EEUU	Trafone	Celulares	98%
Argentina	Techtel	Banda Ancha, Telefonía Fija	60%
Brasil	Telecom Americas**	Celulares	97%
Afiliadas			
País	Compañía	Negocio	Participación
EEUU	CompUSA	Otros	50%
EEUU	Telvista	Otros	44%

*Comcel posee una participación directa de 36.6% en Ocel y América Móvil posee una participación indirecta de 60.8% en Ocel.

**Telecom Americas mantiene una participación accionaria del 100% tanto en ATL como en Tess así como de alrededor del 81.5% tanto en Telet como en Amercel.

TELEFÓNICA: SUBSIDIARIAS

CUADRO 5

País	Compañía	Negocio	Participación
México	Telef. Móviles Méx.	Celulares	100%
Guatemala	Telef. Móviles Guat.	Fija, celulares	100%
Ecuador	Telef. Móviles Ecu.**	Celulares	100%
Colombia	Telefónica Colombia	Celulares	100%
Perú	Telef. Móviles	Fija, celulares, cable	100%
Argentina	TCP Argentina	Fija, celulares, advance	100%
Brasil	Vivo*	Fija, celulares	100%
Chile	Telef. Móvil	Fija, celulares	100%
Nicaragua	Telef. Móviles**	Celulares	100%
Panamá	Telef. Móviles**	Celulares	100%
Venezuela	Telcel	Celulares	100%
El Salvador	Telefónica Móviles	Celulares	100%
España	Telef. Móviles	Fija, celulares	100%
Alem./UK	Grupo T Deutschland	Líneas ADSL	100%
Marruecos	Medi Telecom	Celulares	100%

*Joint Venture al 50% con Portugal telecom.

**Opera hasta este año con la marca Bellsouth bajo licencia de Corporación Bellsouth.

usuario latinoamericano podrá acceder en un futuro no lejano a tarifas más bajas, equipos de mejor calidad y nuevos servicios de tercera generación. Las gigantescas inversiones de estos dos colosos robustecen la pobre infraestructura tecnológica latinoamericana, lo que beneficiará al resto de actividades productivas. Gran parte de la población podrá acceder en mejores condiciones a la "sociedad del conocimiento".

Ecuador, parte del campo de batalla

La estrategia de posicionamiento de esos dos gigantes de las telecomunicaciones también se desarrolla en Ecuador. Las concesiones de Porta y Bellsouth, es decir América Móvil y Telefónica Móviles, respectivamente, datan de 1994. Están reguladas por normas bastante más favorables que las vigentes en otros países de la región. Tienen una rentabilidad asegurada, dado el explosivo crecimiento de la telefonía celular, con una tasa de penetración de 24,8%, bastante más alta que el promedio de la región.

La cantidad que pagó Telefónica a Bellsouth (\$ 833 millones) es muy superior a los \$ 175 millones pagados en Guatemala (con 11,5 millones de habitantes), lo que indica mayores niveles de inversión y un mejor rendimiento futuro esperado en el mercado ecuatoriano. América Móvil (Porta) confía en consolidar su liderazgo; a mediados de 2003, el grupo mexicano encabezado por Carlos Slim (considerado el empresario más rico de América Latina) reforzó su posición en Ecuador comprando el último 20% de las acciones de Conecel. Así, América Móvil se convirtió en la única propietaria de Porta, que hoy tiene más de 60% de los usuarios de telefonía inalámbrica del país.

Porta y Telefónica Móviles —que sigue comercializando la marca Bellsouth— se aprestan a librar una competencia feroz, mientras Alegro trata de superar su posición marginal. La labor del regulador será clave para el desarrollo de un *fair play* que todavía no se da plenamente. El mercado ecuatoriano de la telefonía móvil está a punto de presenciar una fuerte disputa de la cual podrán beneficiarse sus más de 3,2 millones de usuarios.

RECUADRO 2

"EN 2005 ESPERAMOS SUPERAR LOS 300 MIL CLIENTES": GIUSEPPE CECI, GERENTE GENERAL DE ALEGRO

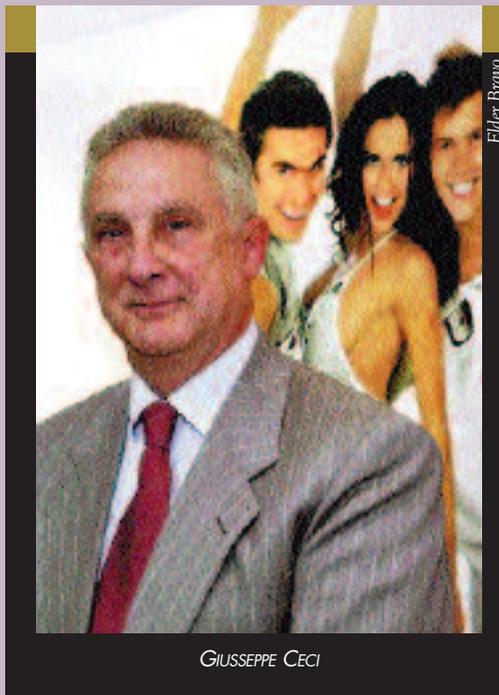
Alegro comenzó a prestar servicios en diciembre de 2003, atendiendo en Quito y Guayaquil. Esta limitación ha sido superada en 2004, aunque el área de Machala todavía no se ha incorporado. "Haberlo hecho en un año es espectacular, pues la competencia demoró casi siete años en lograrlo", comentó para *GESTIÓN* Giuseppe Ceci, gerente general de Alegro. Para lograrlo se requirió un gran esfuerzo organizativo, técnico y sobre todo financiero. "Hemos invertido casi \$ 90 millones en un año, y pensamos traer al menos otros \$ 120 millones en el futuro inmediato", señala.

respaldar el cuantioso financiamiento que se requerirá para cumplir ese objetivo. "Como administrador de Alegro no me siento preocupado por el retiro de Pacifictel", puntualiza Ceci. Más le inquietan las condiciones del mercado. "No existe una ley antimonopolio, lo que facilita los cargos de interconexión que se siguen cobrando. Tampoco es posible la 'portabilidad del número', lo que es un abuso, diría que casi un robo. Estos conflictos ocurren en todos los países, y no hay otra alternativa para solucionarlos que la acción del regulador, es decir una entidad del Estado llamada a dirimir entre los actores del

mercado. La regulación es fundamental en presencia de monopolios naturales en los que interviene la empresa privada. La sociedad debe controlar que los derechos de los usuarios sean respetados y que haya competencia", sostiene.

Pese a estas falencias, Ceci se muestra optimista. Augura un futuro promisorio para la empresa que dirige y para el sector, que impulsa el desarrollo del conjunto de la economía. Aconseja "tener más cuidado en el esquema general, sobre todo en el control de las empresas que manejan servicios públicos. El Estado debe garantizar la posibilidad de elección del usuario".

Es precisamente este tema, el de la competencia, lo que lo anima a apoyar la firma del TLC, que, según él, abriría los mercados, facilitaría la dotación de infraestructura moderna y reduciría los costos, en beneficio de los usuarios.



Elder Bravo

GIUSEPPE CECI

En 2005, Alegro se ha propuesto superar los 300 mil clientes. El retiro casi confirmado de Pacifictel (de la sociedad con Andinatel para constituir Telecsa) no le afectaría, pues Andinatel tiene la solidez necesaria para

EMPRESAS TELEFÓNICAS: VENTAS, UTILIDAD NETA Y ACTIVOS (2003*)

CUADRO 2

	Ventas	Utilidad neta	Activos
Andinatel S.A.	358.794.236	77.965.792	876.833.532
Otecel S.A. (Bellsouth)	298.729.772	32.580.107	264.917.776
Conecel S.A. (Porta)	233.463.542		313.851.463
Telecsa (Alegro)			72.427.676
Etapatelecom S.A.**	1.392.826	99.055	1.882.056
Pacifictel S.A.***			
Emetel S.A.		103.839	44.515.418

* No consta Linkotel, que opera en Guayaquil desde 2003.

** Etapatelecom S.A. es subsidiaria de la municipal Etapa.

*** Pacifictel S.A. solo reportó balances hasta 2002.

FUENTE: PRODUCTO INDICADOR.

El cuarto factor es **reformular el reglamento**, para que todos estén sujetos a normas similares. Las dos operadoras más antiguas debían pagar para expandir su cobertura, mientras la tercera no. Las normas de uso de las frecuencias no son generales y las tarifas tope ya no parecen necesarias. El mercado ha alcanzado la madurez suficiente como para profundizar la desregulación y poner más cuidado en los estándares tecnológicos. Un nuevo reglamento deberá primero vencer la oposición de Porta y Bellsouth, que aducirán que la actualización de la norma vulnera sus derechos adquiridos y promueve la inseguridad jurídica.

Pero existe un problema mayor: los contratos de Porta y Bellsouth son onerosos. ¿Por qué se acordaron techos tarifarios tan altos? Y durante el gobierno de Bucaram, cuando se los ratificó, ¿por qué se mantuvieron las prebendas? Como sostiene un experto, también se debería investigar por qué se permitió el pago anticipado de concesiones que debían pagarse anualmente y que al final significó un ingreso para el Estado de unos \$ 110 millones, cuando el valor final que hubieran pagado anualmente las dos empresas habría superado los \$ 400 millones hasta el término de los contratos. El perjuicio para el Estado sería inmenso, pues de acuerdo a las tablas originales de amortización del valor de la concesión, considerando el número de usuarios, solo en 2004 cada operadora debió pagar unos \$ 100 millones, sostie-

<
DOS EMPRESAS DEL MISMO PROPIETARIO, EL FONDO DE SOLIDARIDAD, ARROJAN RESULTADOS MUY DISÍMILES: ANDINATEL GANA DINERO Y TIENE TODAS SUS LÍNEAS DIGITALIZADAS; PACIFICTEL PIERDE DECENAS DE MILLONES Y NO CUMPLE LA DIGITALIZACIÓN.

>
ne el experto. Esa “decisión política” difícilmente será investigada por una administración de justicia sumida en el escándalo y carente de legitimidad.

Es necesario honrar esos contratos. Pero existe otra opción para profundizar la competencia. Desde enero de este año ya es posible conceder una nueva banda de telefonía celular. Las autoridades del sector pudieron haber preparado el concurso correspondiente, pero no lo han hecho. Dadas las condiciones del mercado, el valor de una cuarta concesión debería ser mucho menor. Es más, si efectivamente fuese menor, habrá más firmas oferentes y el ganador podrá cobrar tarifas más bajas. Por supuesto que las empresas ya posicionadas querrán oponerse, pero frente

a un regulador independiente y a una administración de justicia competente, tendrían pocos argumentos válidos, jurídicos y económicos.

TELEFONÍA FIJA la mitad en crisis

La empresa de telecomunicaciones más grande del país es Andinatel. El total de sus 847 mil líneas de teléfonos fijos está digitalizado. En 2003 (último año con información certificada en la Superintendencia de Compañías) reportó activos por \$ 876,8 millones y ventas por \$ 358,9 millones (Cuadro 2). 90% de sus utilidades, es decir \$ 70 millones, fue trasladado al Fondo de Solidaridad (FS), el *holding* estatal propietario de la empresa. Hasta 2002 tuvo un desempeño muy dinámico, pero no ha podido marginarse del estilo de gobierno del régimen actual, lo que está afectando su rendimiento.

La situación de su gemela costeña, Pacifictel, es muy diferente. Todavía no termina de digitalizar sus 650 mil líneas. Su índice de penetración en 2004 fue de 9,3%, apenas similar al de Andinatel en 1998. Por tres años consecutivos no ha podido cumplir los parámetros de expansión y calidad fijados por las autoridades del sector. En junio de 2003 estuvo a punto de ser intervenida, pero presiones y cabildos de los partidos políticos con base electoral en Guayaquil lo impidieron (ver Recuadro 3, *pág. sig.*).

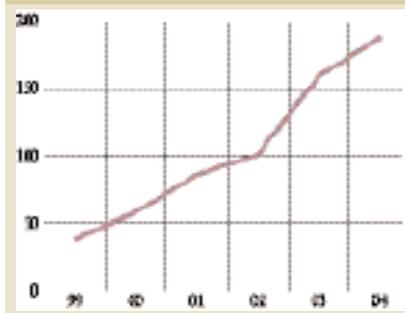
En 2002 perdió \$ 52 millones y no se conoce su situación financiera actual, pues no ha presentado estados contables desde hace tres años. A fines de 2004 se discutían tres posibles versiones de resultados financieros y se sabe que por interconexión de datos y voz debe a Andinatel \$ 20 millones y otra cantidad similar por el préstamo que recibió para crear Telecsa, la tercera operadora de telefonía móvil.

Intereses económicos focalizados han convertido a Pacifictel en jugoso botín político, como ya sucedió con las aduanas. Uno de los mecanismos para medrar a costa de la inversión pública

USUARIOS DE INTERNET, 1999-2004

(EN MILES)

GRÁFICO 4

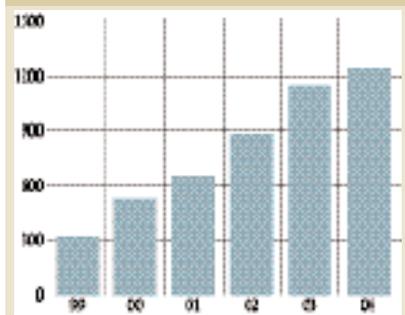


FUENTE: CONATEL

TRÁFICO TELEFÓNICO INTERNACIONAL

(MILLONES DE MINUTOS ANUALES)

GRÁFICO 5



FUENTE: SUPTTEL

serían los contratos con proveedores, como el celebrado para instalar la red de fibra óptica que finalmente ha terminado en demanda contra la ganadora del concurso. Mientras tanto, Andinatel, que abrió simultáneamente otro concurso con el mismo propósito, adjudicó el contrato a Siemens y tiene fibra óptica desde hace más de 2 años.

Expertos consultados por GESTIÓN opinan que el anunciado retiro de Pacifictel de Telecsa es un error que la debilitará más todavía. Dado el avance tecnológico, para una empresa de telefonía fija es imperioso diversificar sus servicios (en telefonía móvil y otros de valor agregado) para no perder competitividad.

Pero, ¿cómo dos empresas que tienen el mismo propietario (el FS) arrojan resultados tan disímiles? La estructura del mercado de telecomunicaciones es ineficiente: el Estado es al mismo tiempo empresario y regulador, y no cumple bien ninguna de las dos funciones. El problema del reparto de las tari-

RECUADRO 3

"PACIFICTEL ES BOTÍN POLÍTICO":
JOSÉ PILEGGI

Cuando la Regional 2 de Emetel se convirtió en Pacifictel, también se volvió botín político. Esto no sucedió en Andinatel, puntualiza **José Pileggi**, ex gerente del Conatel. En 2000, recuerda, "hubo una acción totalmente frontal por parte de los gremios empresariales quiteños, especialmente de la Cámara de Comercio, ocupando con sus representantes la mesa directiva de la empresa. La estrategia fue acordada con el vicepresidente **Pedro Pinto**, quien asumió el liderazgo de la modernización de Andinatel. Los resultados están a la vista: es la empresa que más ha ampliado su cartera de servicios y la que genera más utilidades".

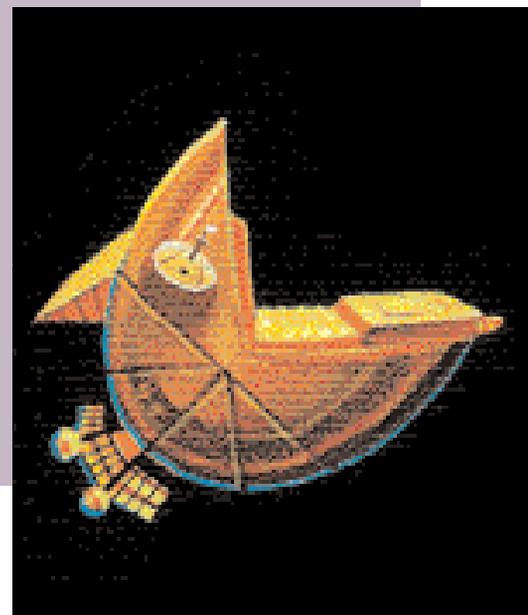
En cambio, Pacifictel ha tenido no menos de 15 presidentes ejecutivos desde 1996. La improvisación ha coartado cualquier política de largo plazo, pero ha abierto las puertas del pibonazgo administrativo. "Mientras Andinatel tiene dos mil empleados, Pacifictel bordea los 3.600", sostiene Pileggi. "Durante los seis meses del gobierno de Bucaram ingresaron no menos de 600 personas, muchos siguen allí; en los gobiernos de Alarcón y de Mahuad sucedió lo mismo. En el gobierno actual el pibonazgo es terrible".

"El silencio cómplice de varias autoridades y gremios locales que no han sabido corregir a tiempo los errores de Pacifictel es en buena medida el responsable de esta situación," según Pileggi. "En 2000 sugerí a las cámaras guayaquileñas que repliquen la estrategia de las quiteñas, pero se desatendió mi insinuación, no sé si por negligencia o porque hay intereses cercanos a la dirigencia de la empresa".

El ex gerente del Conatel estima que Pacifictel tiene un hueco finan-

ciero de \$ 260 millones y que desinvertir en Telecsa es un error que será aprovechado por quienes proponen que Andinatel absorba a su débil gemela. "Mañana, como Pacifictel no tiene fondos, deberá recurrir a Andinatel para que le preste y, como no puede pagar en efectivo, se verá obligada a ceder sus participaciones, lo que volvería a integrar una sola empresa nacional", advierte. "Tener una sola empresa dentro de un esquema desregulado es peligrosísimo".

Las soluciones que propone Pileggi son claras y deben darse inmediatamente: "despolitizar la empresa; conceder la administración a un operador privado (lo que también es aplicable a Andinatel, que tuvo una muy buena gestión durante tres años, pero que ha comenzado a mostrar fallencias); incursionar en nuevas áreas de negocio, y reducir unos 2.000 empleados. Esto implica mucho dinero; el administrador que se contrate debe traer un portafolio de créditos, porque como está, Pacifictel es inviable. El contrato de administración no puede durar menos de cinco años, pues el crédito que se traiga solo podrá recuperarse en el largo plazo", concluye.



fas de conexión entre telefónicas móviles y fijas ejemplifica este conflicto. En octubre de 2004, Andinatel (empresa del FS cuyo directorio está presidido por el Presidente de la República o su delegado) bajó de 29 a 20 centavos por minuto la tarifa de interconexión, lo que debió repercutir en lo pagado finalmente por los usuarios de telefonía celular. Antes de esa reducción las operadoras de celulares percibían 23 centavos de los 29, y no han logrado ponerse de acuerdo con Andinatel en las nuevas proporciones del reparto. Este conflicto debía dirimirlo la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, Senatel (presidida por un representante del Presidente de la República), con una metodología conocida como “costos incrementales de largo plazo”. El regulador (la Senatel) se confunde con el interés del operador (Andinatel, del FS) y, ante su inoperancia (esos valores no se liquidan desde abril de 2004), el propio Presidente de la República, representado en Andinatel y en la Senatel, propone que se pague \$ 30 millones a las empresas de celulares.

TLC ¿bueno o malo?

Las telecomunicaciones son mucho más que telefonía. Entre 1999 y 2004 los usuarios de Internet se incrementaron en 400 % (Gráfico 4) y los servicios portadores empleados por empresas de todo tipo, en 3.600 %. El año pasado se registraron 120 mil estaciones privadas de radiotransmisión; 1.100 estaciones de radiodifusión sonora (FM, AM y onda corta); 317 empresas de televisión abierta y 114 de televisión codificada (satelital y por cable). En 2004 la Suptel reportó 1.240 millones de minutos de llamadas internacionales, cuatro veces más que en 1999 (Gráfico 5). Entre 2001 y 2004, Etapa –la empresa municipal cuencana– multiplicó por 10 el tiempo de conexiones internacionales y reportó ingresos por este servicio equivalentes a \$ 5,5 millones solo en 2004.

En 2003, último año para el que se dispone de información, las 100 pri-

meras empresas del sector reportaron ventas por \$ 1.070 millones de dólares, pero solo cuatro de ellas (Andinatel, Otecel-Bellsouth, Conecel-Porta y Etapatelecom) vendieron \$ 892,3 millones, es decir 83,4% de las ventas totales. Las utilidades netas de esas 100 empresas sobrepasaron los \$ 110 millones, pese a que Telecsa-Alegro solo comenzó a operar en diciembre de ese año y Conecel-Porta no registró utilidades netas (Pacifictel no presenta estados contables desde 2002). Andinatel recibió 68,3% de las utilidades netas totales y Otecel-Bellsouth, 28,5%. A fines de 2004 esta última fue vendida a la transnacional de origen español Telefónica Móviles por \$ 833 millones (Cuadro 1).

ta estructura de propiedad si se firma el TLC con EEUU?

El TLC propone cuatro tipos de normas, que versan sobre:

- uso y acceso a servicios de telecomunicación pública;
- obligaciones de los oferentes;
- condiciones operativas y de conectividad de las redes; y
- condiciones de la oferta de servicios de información.

En todas ellas el propósito es claro: abrir a las empresas norteamericanas los mercados de los países andinos, minimizando el riesgo del intervencionismo estatal y la inseguridad de reguladores no confiables.

Cuando en la propuesta original se lee “Cada parte garantiza que las em-

PRIMERAS 10 EMPRESAS DE TELEVISIÓN (ABIERTA Y CODIFICADA): VENTAS, UTILIDAD NETA Y ACTIVOS

CUADRO 3

	Ventas	Utilidad neta	Activos
Empresa de Televisión Satelcom S.A. (TV Cable)	21.609.938	88.466	26.184.410
Tevecable S.A.	20.355.438	83.032	25.571.444
Compañía Televisión del Pacífico Teledos S.A. (Gamavisión)	17.760.972	520.637	24.375.937
Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. (Ecuavisa Guayaquil)	11.814.083	1.089.977	19.701.098
Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10	11.509.895	326.365	11.167.266
Televisora Nacional Compañía Anónima Telenacional C.A. (Ecuavisa Quito)	11.230.837	553.312	11.037.044
Telecuatro Guayaquil C.A. (Telesistema)	8.699.923		10.609.626
Galaxy Ecuador S.A. *	7.774.835		4.201.385
Centro de Radio y Televisión Cratel C.A. (Teleamazonas)	6.705.904		11.986.711
Univisa S.A.	5.967.061	571.114	4.820.920
Total	123.428.885	3.232.903	149.655.842

*Clasificada como empresa de "Comunicaciones", ofrece servicios de televisión satelital codificada.

FUENTE: PRODUCTO INDICADOR.

Las diez primeras empresas de televisión (codificada y abierta) reportaron ventas por \$ 123,4 millones (en 2003) y utilidades netas por \$ 3,23 millones (Cuadro 3).

La participación de la inversión extranjera es muy importante, en especial en la telefonía móvil y en donde los estándares tecnológicos son más sofisticados, como en la televisión codificada satelital. Toda la telefonía fija es estatal (con excepción de Linkotel, operadora que contrató una concesión en la provincia del Guayas) y la móvil se reparten dos transnacionales, una mexicana y otra europea, y la estatal Telecsa. El resto es, básicamente, inversión nacional. ¿Qué pasará con es-

presas de la otra parte...”, en realidad debería leerse “Ecuador garantiza que las empresas norteamericanas...” pues, ¿existen probabilidades razonables de que una firma de telecomunicaciones ecuatoriana se aventure en el mercado norteamericano, dominado por gigantes del peso de ATT, Verizon, CNN, ABC o Sony?

Mientras el gobierno ecuatoriano prepara un segundo intento para controlar la libre expresión mediante una ley denominada por los medios como “mordaza” (Cuadro 4), la propuesta norteamericana excluye de su normativa cualquier forma de control sobre el contenido de los programas de radio y televisión; elimina la potestad del

RECUADRO 4

“NOS OponEMOS A LOS AMIGOS DEL TOTALITARISMO”: ANTONIO GUERRERO, PRESIDENTE DE AER

La Ley de Radiodifusión y Televisión establece que los canales o frecuencias de radiodifusión y televisión son patrimonio nacional. El Estado, a través del Conartel, otorga frecuencias de transmisión y regula esos servicios en el territorio nacional. También debe regular y controlar “la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de radiodifusión y televisión”.

El directorio del Conartel está presidido por el delegado del Presidente de la República y participan además el ministro de Educación, un delegado del Comando Conjunto de las FFAA, el superintendente de Telecomunicaciones y dos representantes del sector privado (los presidentes de la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión, AER, y de la Asociación de Canales de Televisión, AETV). El Conartel, mezcla de regulador técnico y de censor de contenidos, dominado por el Ejecutivo, habría estado politizado, pues según **Antonio Guerrero Gómez**, presidente de AER, “formamos parte de ese organismo que ha contribuido con su accionar diligente y honesto a despolitizar los procesos de concesión de frecuencias. Ha sido arduo el trabajo para poner la casa en orden después del caos producto de las arbitrariedades de la antigua Dirección Nacional de Frecuencias”.

Al ser requerido por GESTIÓN para conocer su opinión sobre la fracasada “Ley Mordaza”, Guerrero puntualizó que el proyecto suprimía el Conartel y la Senatel, e integraba el directorio del Conartel con siete miembros, cinco de ellos del gobierno y solo dos del sector privado. “Eliminaba la repre-



ANTONIO GUERRERO

sentación de los medios de comunicación en el Conartel, cuyos delegados serían convocados a directorio ampliado solo cuando debían tratarse temas relacionados con la radiodifusión y televisión, y de contenidos, sin especificar si habrían tenido derecho a voz y voto”, puntualiza Guerrero.

Para el representante gremial, más preocupante todavía era “el régimen de infracciones y sanciones, estructurado de manera tal que no se garantizaba el cabal ejercicio del derecho a la defensa del presunto contraventor. Además el proyecto tenía carácter confiscatorio, pues las sanciones por presunta infracción podían llegar a \$ 500.000. Esta es la consecuencia de proponer igual trato a las empresas de radio y televisión que a las telefónicas, cuando la naturaleza y tipo de servicios son diametralmente distintos, pues nuestros usuarios no nos pagan por escucharnos”.

La fracasada Ley Mordaza proponía reducir el plazo de concesión de las frecuencias a cinco años (en la actualidad es de diez años) y crear un Comité de Contenidos encargado de revisar los contenidos difundidos en los medios de comunicación, a base de un reglamento que debía preparar el Consejo Ampliado del Conartel. Si esa norma se hubiera aprobado, ese Comité habría tenido la capacidad para censurar publicidad, programaciones, horarios y la información vertida por radio y televisión.

Para Guerrero Gómez la desaparición del Conartel es inadmisibles, “y no aceptaremos nada que atente contra la libertad de expresión. Quienes pretenden hacerlo son amigos del totalitarismo... y es preferible cualquier exceso, antes que medios de comunicación sometidos por una ley mordaza. Quien se sienta ofendido, debe acudir a los jueces competentes, de conformidad con la ley”.

Estado ecuatoriano para obligar a una empresa privada a prestar servicios públicos (como cadenas nacionales, por ejemplo); obliga a las telefónicas móviles a conceder a sus clientes la portabilidad del número, si es técnicamente posible; y propone que la autoridad del mercado adopte prácticas antimonopólicas eficientes.

Las empresas que quieran partici-

par en el mercado ecuatoriano podrán usar los protocolos operativos que más les convengan. Es verdad que ésta es una pelea casi perdida de antemano: Bill Gates ha impuesto al mundo sus protocolos, y ni siquiera el gobierno norteamericano ha podido comprarle prácticas monopólicas (¿cómo se delimita el tamaño del mercado en el ciberespacio?). Pero el Estado ecuatoriano

no puede, ni debe, renunciar expresamente a legislar en su territorio.

El *by pass*, es decir el aprovechamiento de la tecnología para proveer llamadas internacionales, sería una práctica legal. Si no se acepta la posición del gobierno sobre servicios transfronterizos, el Estado perdería el control de la telefonía internacional que ejerce a través de Andinatel, Pa-

cifictel y Etapa, y en presencia de nuevos oferentes las operadoras de telefonía móvil se verían obligadas a reducir las tarifas de ese servicio.

Si se aprobara el texto original propuesto por los EEUU, el regulador (en este caso el Estado ecuatoriano a través del Conatel, Senatel, Suptel, Conartel) no podrá mantener intereses en el mercado, por lo que Andinatel y Pacifictel deberían ser privatizadas (¿qué pasaría con Etapa?). En esto, de nuevo el Coronel Gutiérrez marcha a contracorriente al anunciar que en menos de un año su gobierno dispondrá de un canal de televisión para informar al país “la verdad”, pues el sector privado lo estaría desinformando. La tesis del Gobierno es no privatizar las telefónicas estatales, amparado en el Art. 249 de la Constitución. En su versión original, el TLC prescribe un regulador que no sea juez y parte, que nadie sospeche de su probidad para imponer sanciones efectivas como multas financieras (mucho más que los \$ 200 que hoy por hoy es el límite de las sanciones a las operadoras de celulares), exoneraciones mandatorias (temporales o permanentes), o la suspensión, modificación o revocación de licencias u otras autorizaciones.

En el capitalismo unilateral y supuestamente puro del TLC, es inaudito que el Estado provea otros servicios que no sean educación, justicia y seguridad (interna y externa). En consecuencia, el Fondo de Solidaridad no sería más que una aberración del pasado intervencionista y por lo tanto, en estricto sentido, debería desaparecer. A diferencia del impacto que podría tener el TLC en el sector agrícola, en el que la intensidad del uso de mano de obra es determinante (ver Tema Central de GESTIÓN N° 128, del mes pasado), en el sector de telecomunicaciones las consecuencias serían diferentes: privatización, apertura al capital norteamericano, mayor dependencia tecnológica y cultural y nuevos reguladores. Eventualmente, las tarifas serían menores. 

ECUADOR PONE SABOR AGRIDULCE EN ESPAÑA

El gusto por las frutas en el continente es una constante y no se debe menospreciar los productos ecuatorianos.

“Cada vez se demanda de las llamadas frutas que este sector tiene en el mercado. Este estudio de la Corporación de Exportaciones (Cope) lo confirma.”

Cierta fruta muy conocida en los tonos rojos, naranjos y amarillos, según la variedad, y de sabor agrio y dulce, es uno de los productos de mayor oferta agroalimentaria que podría tener mayor éxito al incursionar en nuevos mercados. En Ecuador, el tomate de árbol es el principal producto del tomate de árbol ecuatoriano, conocido allí como tomate de árbol, pero aún se desconocen sus niveles frente a las ventas ecuatorianas en América Latina, adonde el tomate de árbol es principalmente pescado, molido y usado en salsas.

Además de las semillas, textiles, conservas de vegetales y frutas, prendas confeccionadas en cuero y divers...

...zó a incentivarse como cultivo tanto orgánico como semi-orgánico. 



el total de las exportaciones a España en 2003 y 2004, ascendieron a 106,2 millones, lo que representó un aumento del 43%.

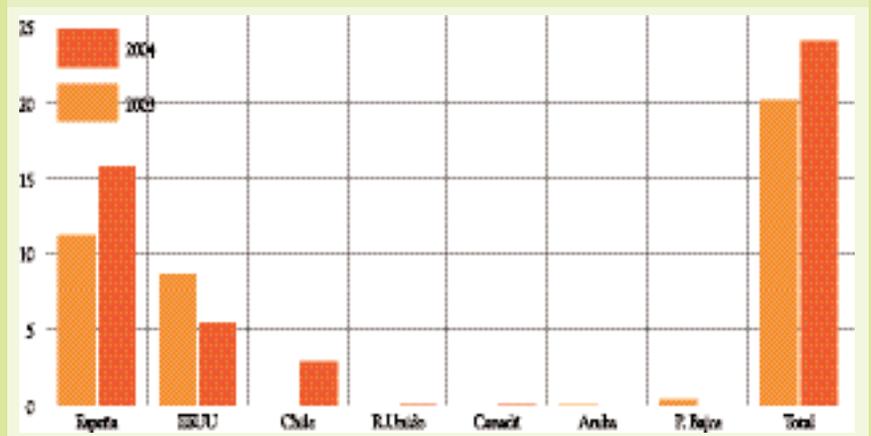
Los productores y exportadores de esta fruta tienen una gran ventaja: esta fruta tiene un alto valor agregado y es considerada una fruta de alta calidad que es muy apreciada para ingresar al mercado europeo, ya que no es considerado un “nuevo alimento” por los estándares de la Unión Europea.

Además, Colombia es un fuerte competidor de los productos ecuatorianos, ya que es el mayor proveedor de fruta a España, lo que representa el 43% de las exportaciones.

Adicionalmente, un estudio reciente recomienda que los productores ecuatorianos deben seguir trabajando a colocar sus productos en los mercados concentrados.

En Ecuador, se cultiva mayormente en Tungurahua, Tungurahua y Chimborazo, durante los meses de febrero a mayo.

EXPORTACIONES DE TOMATE DE ÁRBOL (PERÍODO 2003-2004, EN MILES DE DÓLARES)



FUENTE: BANCO CENTRAL. 