

Columnista invitado

Telecomunicaciones en Colombia ¿qué tal estamos?

Esta columna no pretende hacer una evaluación de la situación de las telecomunicaciones en Colombia, la calificación se le deja al lector; el artículo espera simplemente plantear los elementos para que cada cual haga una reflexión crítica e idealmente constructiva sobre este sector que avanza en forma permanente y evoluciona (¿o se revoluciona?) de la mano con la tecnología.

Juan José Uribe*

Un país sin telecomunicaciones es un país sin futuro. Hoy en día nadie puede poner en duda que las comunicaciones son un factor clave para el desarrollo de las naciones y, por supuesto, elemento fundamental al determinar su competitividad en este mundo globalizado.

Al momento de establecerse, cualquier negocio preferirá hacerlo en aquel lugar que le brinde una mejor infraestructura y unas mejores Telecomunicaciones. No se puede sobrevivir, mucho menos sobresalir, estando aislado del resto del planeta.

Para estructurar la reflexión, pensemos que el sector debe ser visto desde la perspectiva de sus tres pilares fundamentales: Los usuarios, los operadores y el Estado. Sin duda, los primeros determinan el rumbo del sector; son a la vez, actores y beneficiarios. Dependiendo de su nivel de exigencia y desarrollo, evolucionará el sector. Por su parte, los operadores prestan el servicio, construyen el sector y deben garantizar que las evoluciones tecnológicas se incorporen permanentemente. El tercero, el Estado, permite un balance entre la relación usuario-operador. Es el pilar clave que debe velar por los intereses de los usuarios, pero al

mismo tiempo tiene que garantizar que es un negocio rentable y duradero para los operadores.

Veamos a continuación algunos elementos alrededor de los tres pilares y su situación en Colombia.

Usuarios

En Colombia somos más de 40 millones de usuarios potenciales de las telecomunicaciones. Potenciales, porque lamentablemente aún no podemos decir que el 100% de la población tiene acceso al servicio. Los usuarios debemos ser vistos desde dos puntos de vista: el rol del beneficiario y el rol de actor.

Usuario-Beneficiario

En este rol, los usuarios queremos cosas simples: precios bajos (¡nunca serán lo suficientemente bajos!!!); buena calidad de los servicios; y, desde luego, una adecuada atención al cliente.

Con relación a lo primero, podemos decir que no estamos tan mal. Debemos reconocer que atrás quedaron los precios de USD\$1 por el minuto de larga distancia a Estados Unidos y hoy podemos hacer llamadas desde USD\$0,1 el minuto o hasta gratis.

De igual forma, en el consumo de telefonía local nos encontramos con planes de minutos incluidos que nos permiten hablar tranquilamente, liberándonos de esa sensación de “taxímetro” que varios de los lectores recordarán existía cada vez que levantábamos el auricular (y que

conste que esto no fue hace tanto tiempo). (Quien escribe este artículo no es tan viejo). Ni hablar de la telefonía celular, hace 10 años era necesario ser rico para tener un teléfono celular, hoy el 60% de los colombianos tienen uno.

En cuanto a la calidad del servicio, hay mucho que decir. Está directamente relacionada con la madurez del producto. Hoy, rara vez dejamos de hacer una llamada de larga distancia por no poder establecerla, y en la mayoría de los casos se oye “*como si estuviera aquí cerquita*” (otra seña más de la edad de quien escribe el artículo).

La telefonía fija difícilmente nos falla y su calidad en la mayoría de los casos es muy buena. Por el contrario, servicios como acceso a Internet aún dependen mucho del operador, y nuevas tecnologías como Wimax en productos comerciales, aún dejan mucho que desear. Los celulares, aunque han mejorado significativamente, todavía no nos satisfacen totalmente.

Por último, la atención al cliente es, una vez madura la evolución del producto, la que se convertirá en el verdadero factor diferenciador. Amabilidad, oportunidad en la resolución de los problemas y facilidad de contacto con el operador deben marcar la parada.

En este punto debemos reconocer la gran paciencia (¿resignación?) de los colombianos. En la medida en que como usuarios poco exijamos en este aspecto, también será poco lo que nos darán los operadores.

Algunos ya estamos trabajando al respecto y definiendo modelos de atención al cliente, diferenciados de acuerdo con el perfil del usuario y sus necesidades. Esto deberá marcar una gran diferencia.

¿Nos sentimos bien en Colombia? Es la pregunta final como beneficiarios. El precio nunca será lo suficientemente bajo; la calidad en varios de los servicios es buena (hay otros que aún dejan mucho que desear); y, por supuesto, la atención al cliente no tiene límites.

Usuario-Actor

Este rol de los usuarios es el que define para donde va el sector de las telecomunicaciones. Y aquí sí que estamos viviendo una gran transformación. De los usuarios corporativos que marcaban la pauta para el desarrollo tecnológico, hemos pasado ahora a los usuarios masivos, ellos son quienes lo hacen.

Sí, hace años fueron las empresas las que por sus necesidades de negocios llevaron a que se desarrollaran los protocolos de transmisión de datos y se montaran redes cuyos costos impedían que estuvieran al alcance de todos.

Sin embargo, todo esto cambió y hoy son los jóvenes en los hogares los que demandan más y más ancho de banda. Son ellos los que requieren que se descarguen películas de la red en pocas horas y no en días, o los que exigen extraordinaria confiabilidad y calidad en los servicios.

Ese deseo de estar permanentemente comunicado y desde cualquier lugar, es el que impone los retos a los operadores. Estamos en un mundo digital, cada día más demandante y debemos garantizar que en Colombia nos sincronizamos con él, pues de lo contrario contaremos con individuos aislados de la realidad del mundo.

El usuario pasó de tener una necesidad de comunicación básica (típicamente voz), a una de intercambio de información permanente sin importar el lugar donde se encuentre. El usuario ya no quiere hablar con una sola persona, quiere comunicarse con muchas para intercambiar información escrita, gráfica, video, desde y en cualquier lugar del mundo. Y esto lo quiere las 24 horas durante todos los 365 días del año.

Estas exigencias del lado del usuario son las que deben marcar la pauta de los nuevos desarrollos de los operadores, que si no lo hacen, serán rápidamente reemplazados por otro tipo de compañías que ya han entendido estas necesidades y desde su modelo de negocio tradicional se están introduciendo al de las telecomunicaciones (los portales de Internet que ya ofrecen servicios de voz o televisión por suscripción, son solo algunos ejemplos sencillos).

¿Está usted señor lector, sacando provecho de los beneficios del mundo digital en el que vivimos? o más sencillo aún ¿es consciente de la evolución tecnológica del mundo en el que vivimos? ¿Están nuestras

generaciones más jóvenes al tanto de la transformación? ¿Es esta revolución exclusiva de los estratos altos que han tenido la oportunidad de viajar? Son las preguntas sobre el punto en cuestión.

Operadores

Como decíamos anteriormente, los operadores son los que hacen realidad el servicio. Y aquí sí podemos decir que Colombia presentaba hasta hace muy poco una particularidad poco vista en otras partes: multiplicidad (en un número casi exagerado) de operadores, la gran mayoría de ellos de propiedad del Estado o los municipios (¡Gobierno compitiendo con el Gobierno!).

En este sentido, los dos últimos años han sido probablemente los más significativos en el sector de las telecomunicaciones en Colombia. Todo empezó con la liquidación de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones y 12 de sus empresas Telesociadas y el nacimiento de Colombia Telecomunicaciones – Telecom, como una única empresa.

Sin duda alguna, este movimiento fue el detonante para el inicio del revolcón. Acto seguido, hemos visto la consolidación de los negocios de Telecomunicaciones del grupo EEPPM bajo la marca UNE (¡quien lo creyera, la gran EEPPM dividiendo sus negocios!), así como la gran entrada de los colosos del mundo. Telefónica como socio mayoritario de Telecom, Telmex pujando por Telecom, pero

finalmente comprando operaciones de televisión por cable, y Millicom, de tamaño menor, como socio mayoritario de Ola, además de ETB hablando de alianzas.

En fin, todos estos movimientos en tan solo unos meses nos muestran la dinámica del sector y parecieran ser una seña de un proceso de reorganización del mismo en Colombia, siguiendo además el patrón que se ha visto en otras partes del mundo.

Pero esta tendencia no se da porque sí. Tiene una razón de ser. Al ser la mayoría de nuestros operadores de propiedad del Estado (bien sea de orden nacional o municipal), les queda a ellos muy difícil mantener el ritmo de inversiones que requiere este negocio, para estar actualizado y brindar a la nación buenas telecomunicaciones. No por nada Colombia es el país con niveles de acceso de banda ancha más bajos de la región.

Tomemos el caso de Telefónica-Telecom. En solo 5 meses de operación de la alianza, se han invertido más de USD\$200 Millones; más del doble de lo que invirtió Telecom sola en el 2005, lo cual de por sí era ya mucho, comparativamente con la inversión \$0 que hizo la antigua Telecom, antes de la liquidación. Y para los próximos 3 años, la inversión será superior al billón de pesos.

¿De verdad cree el lector que en un país como el nuestro, con tantas necesidades básicas insatisfechas, el Ministerio de Hacienda habría

destinado estos recursos para renovar redes, aumentar capacidades de transmisión, incorporar una nueva alternativa de TV satelital o traer IPTV sobre verdaderos accesos de Banda Ancha?

La respuesta parece obvia. Para que un operador sea exitoso y garantice la renovación tecnológica que caracteriza al sector, es necesario que cuente con una solidez financiera, la cual infortunadamente no tiene el Estado colombiano.

De no haberse dado estos cambios, y de no darse los que seguramente vienen, no es pesimista pensar que a la vuelta de unos años, el país habría terminado con unos operadores obsoletos tecnológicamente y con unas telecomunicaciones totalmente rezagadas.

La pregunta es: ¿están nuestros operadores preparados organizacional y económicamente para suplir las necesidades que demandan los nuevos usuarios? Ante ese mundo digital que enfrentamos, ¿están los operadores listos?

Estado

El tercer pilar importante en el análisis del sector es el Estado. Ya hemos visto como ha venido dejando a un lado su rol de operador para asumir de manera más activa su papel de regulador. Y este trabajo no es nada fácil. Definir las políticas de desarrollo del sector exige que se logre un balance delicado entre la

defensa del usuario/consumidor, y el operador, que si encuentra un regulador totalmente inclinado hacia el usuario, no tendría las garantías para realizar las inversiones necesarias para que el sector evolucione y a la postre lo que veríamos sería una quiebra masiva de operadores.

En nuestro caso, hemos contado con un Ministerio reciente que lideró la transformación que ya hemos mencionado. Por otra parte, nadie puede negar que este sea un sector bastante abierto a la competencia, en el justo grado para permitir que existan alternativas; que presiona los precios hacia abajo, pero que al mismo tiempo todavía permite que los operadores obtengan la rentabilidad necesaria para continuar invirtiendo. Aunque desde la visión del usuario nunca se hace lo suficiente por ellos y desde la perspectiva del operador en ocasiones se toman medidas desfavorables para ellos.

Otro de los papeles que debe jugar el Estado es el de ente regulador. La verdad sea dicha, en este sentido, y como consecuencia de la convergencia entre servicios/tecnologías, aún se perciben muchos actores en el campo: CRT, CNTV, Superintendencias, etc. Si bien pareciera que hay claridad en cuanto a la evolución del negocio, este último se mueve a velocidades mucho más rápidas que los legisladores. Lograr conciliar intereses entre diferentes tipos de operadores (fijos y celulares por ejemplo), cuando las reglas de juego

fueron fijadas en momentos en los que no eran claros los alcances que estas tecnologías lograrían, no es tarea fácil, pero si no se hace, se puede llegar a un caos sectorial.

Por otra parte, garantizar que todos los colombianos tengamos acceso a las telecomunicaciones es un rol importantísimo del Estado. Si no interviene, es evidente que los operadores por si solos servirán únicamente los mercados rentables (principales centros urbanos). En el caso colombiano se debe reconocer que se han hecho grandes avances que nos colocan en muchos indicadores por encima de otros países de la región. Planes como Compartel han permitido que el servicio se lleve a lugares remotos, y si bien no van a cada colombiano, el principio de acceso universal está siempre dentro las políticas de Estado. De igual forma, las políticas de subsidios y contribuciones y el Fondo de Comunicaciones son conceptualmente válidas e incluso novedosas; no obstante, es necesario que el sector las reconozca abiertamente y se entreguen en forma oportuna los subsidios para las zonas menos favorecidas del país, sea el operador que sea.

Y como si no fuera suficiente este papel del Estado, tiene ahora otro muy importante. Garantizar que dentro del marco del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, las condiciones que se fijen para el sector ayuden a impulsar su desarrollo y todo esto repercuta en beneficios para los usuarios, sin que se afecte a los operadores.

Aquí entonces la pregunta es: ¿Contamos con un Estado que realiza bien su gestión y establece las bases para que se desarrollen tanto usuarios como operadores?

Revisados los tres pilares fundamentales del sector de Telecomunicaciones en Colombia, es del lector llegar a sus propias conclusiones. Lo que si es claro, es que este es un sector fundamental para el desarrollo del país y extremadamente dinámico, cambiando de la mano de la tecnología. Si bien se ha avanzado en los últimos años en Colombia, aún hay camino por recorrer y las inversiones y movimiento que veremos en los próximos dos años van a ser significativos para marcar el rumbo del sector y con este el del país.

**Juan José Uribe. Ingeniero de Sistemas y Computación de la Universidad de Los Andes; MBA en Administración de la Universidad McGill, Canadá; Fue consultor asociado en la firma McKenzie & Company. En la actualidad es Vicepresidente de Negocios de Telefónica Telecom.*