

# Un mercado de alta capacidad subutilizada

tele.com

Por Daniel Pineda

Al igual que en otros países del mundo, México ha abierto el mercado del transporte de señales de larga distancia animando la construcción de una infraestructura rica en ancho de banda. De hecho, siguiendo el patrón de Estados Unidos, la capacidad existente, construida por compañías tan disímolas como Alestra, Bestel, Marcatel, Telescape y Iusacell, supera la demanda en miles de veces. Hemos creado con esto un mercado con alta capacidad excedente. Sólo durante los últimos tres años, la capacidad, en km-fibra instalados en Estados Unidos se ha más que triplicado y algo similar ha ocurrido en México.

Desgraciadamente, siguiendo también un patrón mundial, la demanda por ese ancho de banda ha crecido mucho menos.

El asunto es delicado, porque un mercado con capacidad excedente está siempre tentado de caer en una guerra de precios. Tal ha sido, por desgracia, el caso y las compañías de LD han enfrentado una situación muy difícil. Una guerra de precios donde el poder de negociación ha pasado de proveedores a clientes y ha aumentado, de paso, el de su proveedor natural: la telefonía local.

Atrapadas entre el poder de elección de sus clientes y el poder natural de las compañías locales tradicionales, las operadoras de L.D. han quedado en una grave contradicción estratégica. Su salvación está en el desarrollo acelerado de los mercados locales, sus verdaderos generadores de demanda sostenible, a los que han dejado de aportar recursos y donde, en consecuencia, han perdido poder.

La contribución para el desarrollo de la telefonía local hace doble sentido: fomentar y aprovechar la creación de su propia demanda. De ahí la importancia de conceptos como el de servicio universal que, sin la participación de las telefónicas locales establecidas y costos de interconexión razonables, no es sino una entelequia teórica.

Esta situación, que en México fue clara desde la apertura del mercado de L.D., dada la baja penetración del servicio telefónico en el país, sigue vigente. En el vecino del norte el fenómeno no se manifestó en la apertura de 1984, por cuatro razones esenciales: un mercado local plenamente desarrollado, poco necesitado de fomento; atención y prudencia en la determinación del costo de interconexión, que se fijó en 0.17 dólares por minuto; el nombramiento de AT&T como operador dominante sirvió a MCI y Sprint para usar al gigante como referencia de precios y evitar la guerra; la facturación y cobranza del servicio se siguió haciendo a través del operador local, dejando una clara señal en el consumidor de la integridad del servicio. Ninguna de estas condiciones se repitió en México.

Acceso, asunto de todos

Hoy, sin embargo, el mismo problema se manifiesta en el mercado norteamericano de la convergencia digital. Internet ha mostrado plenamente su ineficacia para hacer que aquellos que quieran colocar sus productos digitales en la red sean compensados como se debe por los consumidores. La infraestructura necesaria simplemente no está ahí y va a costar mucho desplegarla. Por otro lado, la competencia en telefonía local no está funcionando y el futuro de las CLEC es sombrío. Las RBOC, en lugar de deteriorarse, se están consolidando y una re-regulación de la industria viene en camino.

Sirva la lección para entender que el desarrollo de la infraestructura de acceso es asunto de todos, ya que todos se benefician. Es cierto que, en última instancia, son los consumidores los que terminan pagando. El asunto es cómo. Las familias o negocios que no tienen teléfono deben de tener incentivos para contratarlo, porque al hacerlo se vuelven de inmediato –como lo muestra el servicio “el que llama paga”– generadores de demanda de tráfico, aunque no sean ellos los que paguen.

\*Daniel Pineda es gerente de Proyectos de Telcor, empresa de consultoría y capacitación: [telcor@telcor.com.mx](mailto:telcor@telcor.com.mx)