

CARPINTEYRO

◆ Sin tomar en cuenta que muchos de los usuarios de telefonía celular son gente que vive en pobreza, los legisladores decidieron gravar ese servicio con 4 por ciento.

Quien la hace la paga

PURIFICACIÓN CARPINTEYRO

¿Sabía usted que ocho de cada 10 pobres tienen y usan un celular? Me refiero a los adolescentes y adultos de ese universo de poco más de 66 millones que conforme al INEGI integran las clases socioeconómicas D y E del país; los más pobres.

No cabe duda de que los desafortunados que forman parte de esos estratos difícilmente cuentan con recursos para pagar por artículos o servicios que no sean de primera necesidad. Para ellos, la telefonía celular no es un lujo sino la única forma —por ser la menos costosa— con la que cuentan para estar comunicados.

En México hay pocos éxitos para celebrar en el sector de telecomunicaciones y sin duda el más relevante es la penetración de celulares entre la población. Este es el único indicador del que podemos presumir: en términos generales, nuestro país cuenta con una penetración del 72% entre la población, lo que nos coloca adelante de países como India y China, con una penetración del 35.8% y 52%, respectivamente, y no muy lejos de Brasil que alcanza el 83%.

Pero ¿cuál fue la fórmula aplicada para que la telefonía celular se extendiera hasta alcanzar hoy casi 78 millones de usuarios en el país? En sus inicios la telefonía celular era un lujo. En 1996 había apenas 1 millón de usuarios contra casi 20 millones de teléfonos fijos. Era claro que para amortizar la fuerte inversión en infraestructura que los operadores tuvieron que desplegar, era indispensable crecer la base de clientes y popularizar el uso de la telefonía celular.

El primer paso fue la introducción del esquema de “prepago” en abril del 96, que a diferencia de la telefonía fija permitió pagar el servicio por anticipado, estableciendo un tope de acuerdo a las posibilidades de cada cliente, sin que existiera obligación de pagar una renta fija mensual. Ese fue el primer detonador del crecimiento de la telefonía celular. A partir de su introducción, el número de usuarios se incrementó a tasas del 70% en 1997, y 92% en 1998.

Pero fue a partir de la introducción de la modalidad de “el que llama paga” en abril de 1999, que la fórmula para la universalización del servicio terminó de cuajar.

Hasta entonces, el cliente celular pagaba por las llamadas que hacía pero también por las que recibía, haciendo caro el servicio para la inmensa mayoría de la población. Con la nueva fórmula, el cargo era responsabilidad de quien llamaba, por lo que el usuario celular pasó a pagar sólo por las llamadas que hacía.

El éxito del esquema fue inmediato. En menos de un año el número de usuarios celulares despegó de 3.35 millones a 7.73 millones. Los 10 años siguientes fueron de crecimiento ininterrumpido hasta alcanzar los casi 78 millones de usuarios de hoy.

Sin embargo, esta modalidad sólo aplicó a llamadas locales. Los clientes celulares tenían que pagar por las largas distancias que recibían, y en muchos casos optaban por no contestar. Para propiciar el aumento de larga distancia a celulares, la Cofetel hizo extensivo el modelo tam-



Fecha 05.11.2009	Sección Primera	Página 17
---------------------	--------------------	--------------

bién para largas distancias, en un acuerdo que implicó la adopción de un calendario para la reducción de la tarifa que los móviles cobraban a los fijos por las llamadas que sus clientes hicieran a un celular. La mayoría de la industria firmó, pero los pocos que se opusieron recurrieron la medida por la vía administrativa y después por la judicial.

Los quejosos alegan que el pago que se ven forzados a hacer constituye una transferencia de recursos de los operadores fijos a los móviles. Omiten mencionar que ese pago no sale de sus bolsillos sino del de sus clientes, al que le suman un sobrepago de 60 centavos. Pero es de notar que pese a la reducción de la tarifa que los fijos tendrían que pagar conforme al calendario acordado, lo que los quejosos cobran a sus clientes no ha cambiado desde 2006. Es decir, el ahorro por la disminución de tarifas de los operadores celulares va para incrementar sus arcas. Es un negocio redondo.

No juzgo a los particulares por promover sus intereses, están en su derecho. Tampoco entro en el debate legal. Pero me resulta inaceptable callar la crítica a legisladores y autoridades, a los que resulta fácil incrementar impuestos a estos servicios en 4% (3% más 1% de IVA), o a los que por falta de comprensión o por puro fundamentalismo han atentado en contra del único logro del que podemos estar orgullosos; el que cumple con el objetivo de ampliar la cobertura, y que hoy es responsable de que ocho de cada 10 mexicanos en situación de pobreza tengan a su alcance un medio de comunicación.

pcarpinteyro@yahoo.com.mx