

## **Beneficios sociales de la telefonía móvil**

Patricio Arrau  
Presidente  
Gerens S.A.  
www.elkybalion.cl  
(Columna La Tercera, 28-07-03)

El sector de telecomunicaciones es el sector que ha presentado el mayor dinamismo de la economía chilena en los últimos 17 años, con un crecimiento promedio anual de 15,2%. Entre 1985 y 2000 el sector pasó de representar 0,8% del PIB a 2,7%, más que triplicando su importancia relativa. En los últimos años, uno de los segmentos más dinámicos dentro del sector de telecomunicaciones lo constituye la telefonía móvil. Estimaciones del valor agregado de la telefonía móvil indican que este se triplicó entre 1996 y 2000, llegando a \$ 340.499 millones de pesos de 1996, con un crecimiento promedio anual cercano a 40%. La densidad de usuarios de la telefonía móvil pasó desde 2,2 por cada 100 habitantes en 1996 hasta 36 por cada 100 habitantes en la actualidad, representando cerca de 6,2 millones de usuarios y superando ampliamente la densidad de líneas fijas. El espectacular nivel de penetración que ha tenido la telefonía móvil en nuestro país demuestra la importancia que el consumidor chileno le asigna al servicio. El crecimiento se concentra fuertemente desde el año 1998, momento en que se fija el cargo de acceso y se introduce el sistema "el que llama paga". Las inversiones de la telefonía móvil entre el período 1996-septiembre de 2002 ha sumado US\$ 1.561 millones, lo que representa cerca del 30% de las inversiones del total del sector telecomunicaciones. Por otro lado, esta industria durante 2002 empleó a cerca de 16.000 personas entre trabajo directo e indirecto.

La telefonía móvil ha generado grandes beneficios para los consumidores. Una manera de medir dichos beneficios es el llamado excedente del consumidor. Utilizando este concepto, que se define como la diferencia que existe entre el valor que asigna el consumidor a un paquete de consumo y el precio total que efectivamente paga por consumir esa cantidad del bien o servicio, es posible estimar el ingreso o riqueza ganado por los consumidores con este nuevo servicio. En un reciente estudio preparado para la Asociación de Empresas de Telefonía Móvil (Atelmo) hemos estimado que beneficio social para los consumidores oscila entre US\$ 893 millones y US\$ 1.339, es decir entre 1,4% y 2,1% del PIB del año 2002. En EE.UU. estimaciones similares representan un 0,6% del PIB, mientras que en Australia, por su parte, este excedente del consumidor representó entre los años 1996 y 2001 un 0,4% del PIB.

Sin embargo, m3s all3 de las fr3as cifras anteriores, los lectores pueden verificar como han cambiado en los 3ltimos a3os sus h3bitos, productividad, sensaci3n de seguridad, ubicuidad con los miembros de la familia, amigos, relaciones de trabajo, mejorar las comunicaciones en las zonas rurales. El tel3fono m3vil es un bien que contiene enormes externalidades de red. Ello significa que le asignamos mayor valor al bien mientras mayor sea la red telef3nica a la cual se pueda acceder con un aparato. Permite desarrollar y potenciar actividades econ3micas formales e informales y tener un efecto difusi3n sobre la adopci3n de otras tecnolog3as. Estos elementos se incorporan gradualmente en un proceso de aprendizaje de la demanda y por ende se puede suponer que a3n no llegamos a un "punto de r3gimen" en materia de adopci3n de esta tecnolog3a. Por lo tanto, en el tiempo, a medida que los consumidores valoran estos servicios, el beneficio social crece en forma din3mica. En algunos a3os m3s ser3 posible entonces volver a realizar los c3lculos de este estudio y evaluar un beneficio social adicional que se difunde y adquiere en el tiempo. Por ende, la 3ltima palabra en materia de beneficios sociales de la telefon3a m3vil en Chile est3 por escribirse.

El sector de telefon3a m3vil se encuentra pr3ximo, al igual que la telefon3a fija, a un nuevo proceso de fijaci3n de los cargos de acceso. Sin perjuicio de lo anterior ¿Es posible concluir con este an3lisis el valor que deba tener este nuevo cargo de acceso respecto al fijado el a3o 1998?. Definitivamente no. El resultado final de ese proceso no s3lo depende de la demanda o valor que consumidor asigna a este servicio, sino tambi3n de los costos de producirlo, es decir del valor de los insumos y tecnolog3as utilizadas, depende del modelo de empresa eficiente y estructura tarifaria utilizada, del impacto de la tecnolog3a en la depreciaci3n de los equipos, de las proyecciones o estimaciones que se realicen de la demanda futura, etc. Finalmente, el resultado tambi3n depender3 del modo transparente y t3cnico con que se aproxime el proceso y la legitimidad que le den los diversos actores involucrados. En un momento en que se observa una seria crisis de credibilidad en varios sectores regulados, corresponde renovar los votos de confianza mutua entre el mundo p3blico y privado. S3lo as3 podremos seguir dando solidez a las instituciones del pa3s.