

The background features a series of concentric circles in a light gray tone, centered on the page. These circles are partially obscured by two solid gray rectangular blocks: one in the top-left corner and a larger one in the bottom-right corner.

# **Presentación**



## Presentación

El Informe Anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones recoge la situación de los diferentes mercados, identifica posibilidades de mejorar las condiciones de competencia en los numerosos planos en los que se desenvuelve el sector, da cuenta de la actividad propia de la CMT y complementa todo con el estudio de las normas sectoriales más importantes aprobadas durante 1999. Ofrece una gran cantidad de información que puede ser útil para quien quiere profundizar y para el que se sirve con una primera impresión. Resulta más problemático presentar un resumen válido para la generalidad de los interesados: cada lector obtendría una versión propia de lo acontecido durante el año 1999. Lo que se ofrece en esta presentación son unas reflexiones personales que no pretenden sustituir a la lectura de cada uno.

En 1999 han comenzado a asentarse los criterios de los operadores una vez que el marco regulatorio ha quedado establecido. En efecto, a la creación de nuevas normas suele seguir inmediatamente una situación de incertidumbre sobre cuál va a ser el significado y las actitudes reales de los reguladores con respecto a los operadores en la aplicación de estas normas. Ello ha quedado definido durante 1999, y los operadores disponen ahora de elementos de juicio que les permiten anticipar cuáles límites de tolerancia y qué tipo de sensibilidades destacan en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en la administración de sus responsabilidades.

Desde la propia Comisión es difícil valorar la percepción que los operadores puedan tener sobre nuestro desempeño. Si algo resulta significativo, se desprende de la tendencia a recurrir a la Comisión con mayor frecuencia, a consultar a la Comisión antes de decidir y a aproximarse menos en defensa de intereses parciales. Quisiéramos interpretar que nuestro trabajo es cada vez más útil para que los operadores se adapten a una competencia vigorosa, que cada vez resultan menos estridentes y noticiables nuestros pronunciamientos, más conocido y predecible nuestro comportamiento, y que cada vez va

penetrando más la idea de la inutilidad de la influencia frente al aporte sosegado de datos y argumentos objetivos que van nutriendo el razonamiento para nuestras Resoluciones. Hay, sin duda, muchas manifestaciones de disgusto respecto a nuestras Resoluciones, pero el mero hecho de que se produzcan no siempre significa que estemos interviniendo mal en el mercado, porque la competencia que intentamos estimular es bien recibida por quienes aún no están asentados en él, pero es francamente incómoda para los que ya se establecieron, que son más visibles. En sentido contrario, también se producen manifestaciones elogiosas a las que resulta difícil encontrar justificación en lo que hemos hecho. Estamos obligados a prestar la máxima consideración, sobre todo a las menciones negativas, para extraer de ellas una información muy valiosa para orientarnos, pero es aún prematuro hacer el balance con un mínimo de solvencia.

A lo largo de 1999 los operadores de telecomunicaciones se han ido situando de formas muy reveladoras. Es bien sabido que el modelo preexistente del mercado de la telefonía lo constituye un negocio monolíticamente integrado en el que se empaquetan prestaciones de disponibilidad de acceso con comunicaciones locales, provinciales, interprovinciales e internacionales. Y que otra integración en este negocio se puede encontrar entre la provisión de redes y la de servicios.

Los nuevos competidores han contado con facilidades para elegir aquellos escalones de las cadenas de producción con los que dotarse y complementarlos con aquellos otros que les ofrezca Telefónica en virtud de sus acuerdos de interconexión. Contemplar cómo se sitúan en el mercado supone una ocasión espléndida para percibir cuáles son los desequilibrios internos en la primitiva malla de producción integrada.

De poder penetrar la competencia en los distintos estratos diferenciados que originalmente aparecen integrados se obtendría un conjunto de mercados capaces de atraer, cada uno, interés suficiente y proporcionado para los inversores, según los riesgos y peculiaridades de cada mer-

cado. Si, como se comprueba, se produce una acumulación de tomas de posición de los inversores nuevos en algunas actividades y un abandono de otras, puede sospecharse que aun está lejos el equilibrio entre riesgos y oportunidades en la nueva estructura no monolítica de los mercados de telecomunicaciones. A través de aquellas tomas de posición puede descubrirse dónde no hay competencia efectiva y por qué, al tiempo que se obtienen valiosas orientaciones para la regulación sucedánea de la competencia.

La teoría brinda posibilidades de anticiparse a la experiencia real para valorar el grado de armonía con la que se puedan distribuir riesgos y oportunidades en cada uno de los mercados parciales resultantes de la liberalización. La determinación de los costes en los que se debe incurrir en cada uno de estos mercados parciales, la identificación de los factores de riesgo y su incorporación a las tasas de recuperación de las inversiones, son recetas muy clásicas que impregnan las directivas comunitarias y a cuya aplicación destinamos los reguladores una buena parte de nuestros esfuerzos. Pero la liberalización se emprende para que sean los propios mercados competidos quienes determinen el atractivo que ofrecen. Si hay facilidad para que la competencia actúe, si hay libertad de emprender es la realidad tal y como la perciben y la construyen los inversores, quien señala mejor cuál es el punto de equilibrio en cada momento para cada negocio. Sólo ha transcurrido un año, tiempo a todas luces insuficiente para la maduración de los propósitos y posibilidades de los agentes económicos que abordan el mercado recién abierto, pero aún así debe prestarse una cuidadosa atención a los primeros mensajes que esta realidad desprende.

En telefonía fija, podría decirse que Telefónica se ha replegado en inversiones y en gastos y se ha desplegado en el terreno comercial realizando ofertas muy atractivas. Estas ofertas se han confrontado por los nuevos competidores, cuyas inversiones se mantienen en un nivel prudente. La pugna competitiva se establece mayoritariamente en el mercado de las comunicaciones de larga distancia por un lado, y por otro en el

mercado de los clientes corporativos. Pudiera desprenderse de estos comportamientos indicio de un fuerte desequilibrio entre los costes de producción de comunicaciones de larga distancia y los precios en el mercado a favor de éstos. La competencia se establece y actúa con rapidez, baja los precios y va modificando los grandes parámetros que enmarcan este mercado en límites más armonizados. Con ello, muestra aquí la competencia toda su potencialidad.

En sentido contrario se manifiesta la falta de competencia en la provisión de acceso a los usuarios normales. Su aparición está condicionada por los largos plazos requeridos para realizar las inversiones necesarias, pero la sensación percibida de los operadores entrantes no se refiere sólo al tiempo, sino a lo ingrato de tal empeño. Su perceptible desgana contrasta violentamente con las enormes inversiones que, en forma de subvención a los terminales, están avanzando los operadores de móviles para facilitar el acceso a sus redes, con plazos previstos de recuperación no necesariamente más cortos que los que puedan jugar para el despliegue de redes fijas. Es la falta de atractivo de este segmento en sí mismo o frente a otros lo que expresan aquellos comportamientos con más fuerza que cualquier otro dato disponible.

Algunos operadores entrantes han decidido desplegar redes modernas de acceso especialmente adaptadas a un segmento selecto de clientes capaces de reconocer y retribuir ofertas más adaptadas a sus necesidades que la oferta general propia de un mercado en monopolio. Estos operadores dependen menos de las condiciones de interconexión que acuerdan con Telefónica y más de sus propios recursos. Su experiencia pone de relieve las dificultades que se asocian a la construcción de nueva infraestructura, sobre todo si ha de desplegarse utilizando el dominio público urbano. El desarrollo de su negocio, por otra parte, pareciera poner un punto de realismo en cuanto a aquellos segmentos del mercado presuntamente insatisfechos por la oferta del antiguo monopolio y ávidos de acogerse a otras ofertas. Probablemente encontrarán que no podrán cons-

truir tanto sobre la base de una supuesta insatisfacción como sobre la base, mucho más saneada, de la demostración de los beneficios reales que pueden brindar a sus clientes.

Los operadores de cable parecen haber apaciguado algo sus aprensiones. Conscientes de la enorme importancia de las obligaciones asumidas por ellos, temerosos de una competencia potencial de nuevos operadores acogidos al régimen nuevo y, en consecuencia, muy aligerados de obligaciones, han venido a dar en una actitud menos inquieta, más decidida, y quizá más consciente de que la posición de ventaja en el tiempo de la que disfrutaron, si no suficiente para perfeccionar el despliegue de sus inversiones antes de que la competencia se presentara, sí les ha permitido mantener ventaja frente a despliegues alternativos de otros operadores.

El modelo de negocio de los operadores de telecomunicaciones por cable se enmarca en unas condiciones especialmente rigurosas, invocando un perfil de inversor comprometido, estable y con visiones a muy largo plazo. Vienen realizando más inversiones tangibles y permanentes por cada cliente que las practicadas en otros negocios, pero la continuidad de su esfuerzo y la cierta rutinización de sus operaciones desprenden el mensaje de que han venido trabajando en la construcción de un poderoso recurso para los nuevos servicios.

Basta considerar que los operadores del cable han invertido el 12% del conjunto del sector, han alcanzado a un 10% de los hogares, crean el 3% del empleo, pero han obtenido unos ingresos que no llegan al 0,5% del conjunto total.

Su campo original de actuación es el de las comunicaciones locales y de proximidad, precisamente el más rebelde a la competencia y el más afectado por la intervención. Deben percibir que los mayores riesgos de su negocio vendrían de un cambio en las reglas, bien porque permitieran la implantación de competidores con menos obligaciones, bien porque cambiaran las condiciones que se apliquen a Telefónica en servicios en los que compiten.

Por cuanto se refiere al mercado de las comunicaciones móviles, el modelo establecido previamente a la Ley General de Telecomunicaciones y basado en una competencia limitada por la disponibilidad de radiofrecuencias, ha seguido produciendo un progreso verdaderamente espectacular en todas las dimensiones del negocio. El número de clientes ha aumentado en más del 130% durante 1999, el número de minutos consumidos ha crecido más del 75%, la facturación ha aumentado en un 53% y la inversión en un 96%. Todo ello dibuja un mercado muy dinámico, en el que los operadores están haciendo un gran esfuerzo inversor, están consiguiendo una extensión de la base de clientes especialmente destacada, mientras que a un ritmo menor aunque siempre muy vivo se desarrolla el volumen de los servicios consumidos y de la facturación asociada.

Ha sido importante en esta etapa la evolución a la baja de los precios de las comunicaciones móviles, hasta un 18% si se incluyen las cuotas de alta y de abono de la modalidad de postpago, y hasta el 32% si se considera solamente el precio de los minutos consumidos. Pero aun han destacado más los efectos de la competencia en el aumento del número de terminales.

Los operadores de móviles se han prevenido también para presentar al mercado ofertas combinadas de telefonía fija y móvil, a cuyos efectos han solicitado licencias para telefonía fija. Sin embargo, los efectos en el mercado de esta convergencia fijo-móvil aún no han lucido durante 1999 en términos que pudieran ser ni remotamente comparables a la evolución de los parámetros anteriores. Un fenómeno cada vez más visible es el crecimiento de los ingresos que perciben los móviles por la terminación de llamadas que originan los abonados a la telefonía fija. Ciertamente, la decisión de hacer que toda la numeración aplicable a terminales móviles comenzara con 6, facilita para cualquier usuario una clara identificación de la tarifa que se le aplicará cuando marque un número de este rango, pero no se le han brindado facilidades para que, si no le satisface el precio, tenga alguna alternativa práctica. Probablemente, diferen-

ciar y competir por los abonados a la red fija no incentiva hoy a los operadores de comunicaciones móviles. El resultado es que los precios de interconexión que solicitan los operadores móviles para que los operadores de telefonía fija terminen llamadas en sus redes constituyen un ejemplo de monotonía perfectamente homolizable a la que existiera en un mercado monopolizado. La imaginación comercial se vence hacia los terminales móviles a quienes se brindan fórmulas incentivadoras para que a su vez ellos induzcan ser llamados desde otros terminales a quienes no alcanza tan rico despliegue de ingenio comercial.

A la vista de las diferencias de comportamiento en los mercados, puede pensarse que el atractivo tan diferente que ofrecen el negocio de la telefonía móvil y el de la telefonía fija no se funda solamente en la naturaleza de cada negocio, sino en la diferente forma de sentir el efecto de la competencia por el diferente régimen a que se somete en cada mercado. Abundando en ello, en España y en otros países se han abierto procesos para conceder licencias de tercera generación de móviles, cuyos resultados han sorprendido por el enorme atractivo que ha supuesto tal tipo de concesiones para los inversores. En España se adoptó un sistema de concurso, pero lo que ha llamado la atención fue el sistema de subastas aplicado en el Reino Unido, determinando unos desembolsos por obtener una concesión que nadie pudo prever. La subasta representa un ejercicio vigoroso, impecable y transparente de competencia, pero que llega justamente hasta que se produce la selección de los ganadores. A partir de ese momento, que es cuando la competencia comienza a manifestarse directamente en beneficio de los ciudadanos, su estímulo cambia de naturaleza. Se ha hecho toda clase de racionalizaciones sobre cómo resultará de efectiva la competencia en la fase posterior a la resolución de las subastas, que es la que realmente importa para los ciudadanos, con los argumentos más ingeniosos, con los arropados en una base teórica más desarrollada, con los acogidos al sentido común, y sus valoraciones son verdaderamente dispares.

El mercado de alquiler de circuitos, con una cifra de 136.000 millones de pesetas al año y un crecimiento del 7% se ha desenvuelto en condiciones relativamente más favorables de lo que señalan los parámetros anteriores. En efecto, bajo esa cifra se engloba un aumento de la capacidad media de cada circuito próximo al 30% mientras que el precio medio del circuito ha disminuido un 17%. Aunque de rápida evolución a la baja, sigue siendo un mercado caracterizado por unos precios altos, probable indicio de oportunidades para una competencia que debe contar inevitablemente con una mayor disponibilidad de infraestructura de transmisión.

En nuestro país los precios de Telefónica están regulados a un nivel que debiera hacer del alquiler de circuitos un negocio atractivo para sus competidores, por lo que cabe esperar buenos resultados en cuanto haya un despliegue de redes que necesita algún tiempo.

Este mercado es una de las preocupaciones recurrentes en los ámbitos internacionales y es en los precios de estos circuitos en los que el mercado español no presenta ventajas con respecto a otros países europeos, que a su vez quedan muy desfavorecidos frente al mercado de los Estados Unidos.

En el mercado de transmisión de datos se alcanzó un volumen de facturación de 90.000 millones de pesetas que representa un aumento del 11% en 1999 respecto a 1998. Con ello, se mantiene la tónica contenida de evolución de los años anteriores. Incluso considerando la incorporación de los proveedores de acceso a Internet como consumidores de transmisión de datos el crecimiento de estos servicios resulta moderado, contrastando con el despegue de actividades y de usuarios finales en la red Internet.

La telefonía en grupo cerrado de usuarios ha servido durante 1999 de escenario para algunos episodios en la pugna competencial de las comunicaciones telefónicas que resultan reveladores. Las tarifas reguladas de Telefónica en

materia de servicio telefónico se han alterado a la baja en numerosas ofertas aprobadas también por la Comisión Delegada de Asuntos Económicos. Al margen de esta regulación de precios, Telefónica intentó la captura de porciones importantes de las conferencias telefónicas empresariales extendiendo el concepto de telefonía en grupo cerrado de usuarios más allá de lo que pareciera lógico a la CMT. Con ello, sustruía estas comunicaciones empresariales al régimen de regulación de precios pudiendo rebajarlos hasta unos límites imposibles de emular por la competencia.

Dos observaciones pueden desprenderse de estos hechos. La primera, que cuando los consumidores hacen un uso intensivo del servicio telefónico compensan crecientemente los costes, señalando una estructura de costes poco sensible al tiempo de uso que se haga de las instalaciones y servicios. La estructura de los precios regulados, sin embargo, depende muy linealmente del tiempo de uso, lo que sugiere la dificultad de armonizar la relación entre precios y costes en cuanto cambien los parámetros típicos de tiempo de consumo, bien sea por evolución año tras año o bien por diferenciación entre unos y otros tipos de usuarios.

La segunda observación hace referencia a los márgenes a los que se muestra dispuesta a renunciar Telefónica para segmentos selectos de los consumidores y la viva petición de amparo que provoca en sus competidores, lo que vuelve a ser indicio de una desarmonía estructural que el estado actual de la competencia no puede resolver aun.

Una estructura de precios menos dependiente del tiempo de uso y, eventualmente, de la distancia que alcanza la comunicación, parece que será más natural en un mercado futuro liberalizado, equilibrado y estable.

A pesar del efecto inmediato que supone no admitir unas ofertas que se perciben por las empresas como muy interesantes, la Comisión se ha visto obligada a disciplinar estos comportamientos en beneficio de un arraigo de la com-



petencia que de otra forma quedaría desalojada o muy debilitada en sus inicios, con efectos persistentes.

En el ámbito audiovisual 1999 se ha caracterizado, desde la perspectiva de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, como el año en el que el Gobierno ha desarrollado una base reglamentaria adelantada para introducir la tecnología digital en la radiodifusión y en la televisión. El modelo elegido inicialmente establece un cuidadoso equilibrio entre la competencia y la seguridad respecto a las inversiones de los distintos agentes.

Por otro lado, se aproximan los efectos que pudieran derivarse de una multiplicidad de sistemas de acceso condicional, cada uno de ellos vinculados a una oferta audiovisual digital, aunque a todos se exige que resulten inmediatamente abiertos y compatibles. Comienzan también a identificarse otros posibles cuellos de botella perjudiciales para una buena estructura del mercado cuales son los interfaces de aplicación de programa o las guías electrónicas de programación. Sin embargo, las tomas de posición con respecto al mercado por parte de los distintos operadores se han producido con más sosiego y con planteamientos menos encastillados en el dominio de algún cuello de botella, lo que debe interpretarse como un signo de que en la aproximación a este mercado priman ahora otras preocupaciones más saludables para su desarrollo.

Dentro del audiovisual, aquella televisión que tiene carácter de medio de comunicación social sigue conceptuándose como servicio público esencial, escapando a las reglas del mercado liberalizado de las telecomunicaciones. La convergencia inducida por la aplicación de las mismas tecnologías digitales representa un primer paso que algún efecto producirá en el régimen de concesiones hasta que la convergencia de los negocios justifique adaptar definitivamente la televisión a un modelo en convergencia. La televisión difundida en abierto que justifica su carácter de medio de comunicación social cumpliendo los objetivos de un servicio público

esencial extiende esta caracterización de una forma imprecisa hacia el sector audiovisual en su conjunto, mucho más variado y más rico.

En el marco regulatorio actual, el desarrollo en competencia en el sector audiovisual no ha determinado durante 1999 problemas mayores de los que estuvieron presentes anteriormente. Los contenidos y su escasez han surgido como nuevas cuestiones que invocan ya un marco más amplio que el actual.

Disponer de una reglamentación sectorial de la competencia menos actualizada en el audiovisual que en las telecomunicaciones condiciona el respaldo a diversas formas de intervención de la Comisión en este mercado. De ahí que se ensayara en 1998 un modelo de autorregulación mediante la creación de Capítulos del Audiovisual que suscitó recelos entre los operadores más importantes precisamente por la participación de la CMT.

Durante 1999, la CMT optó por retirarse para dar ocasión a la creación independiente del sistema de autorregulación más aceptable para el sector. No se ha producido, derivando alguna iniciativa en fórmulas de asociación de una parte del conjunto de operadores para defender sus intereses frente a otros.

Sin embargo, el modelo de autorregulación concebido por la CMT para este sector, en ausencia de normas más preceptivas, parece gozar ahora de cierto favor entre las autoridades europeas como modelo a extender en la próxima etapa para las telecomunicaciones. Ante la convergencia, no cabe descartar ninguna hipótesis de modelo regulatorio, por lo que debe seguirse muy de cerca una evolución que será importante.

La televisión de pago ha aumentado su clientela en un 18% y la publicidad ha provisto un 10% más de recursos para este sector.

A pesar de la avanzada regulación de la radio y la televisión digital, queda pendiente la armonización del marco jurídico que afecta al conjunto de los medios de comunicación, ya que el actual

resulta de una serie de aportes singulares, correspondientes a épocas históricas bien diferentes, en el que han influido puntos de vista de poderes públicos nacionales, autonómicos y locales. Los contenidos de este Informe sobre el audiovisual resultan suficientemente expresivos de una situación quizá justificada, pero que agradecería un planteamiento menos respetuoso con el pasado y más generoso con el futuro.

Las actividades en Internet en España no se han desarrollado con el mismo ímpetu que en otros países. El efecto dinamizador que en su momento pudo tener Infovía en nuestro mercado ha desaparecido con la desaparición de ese modelo, y la evolución en 1999 siguió con una cierta languidez justificada por la falta de una estructura de tarifas telefónicas para el acceso a Internet suficientemente interesante para el mercado.

Una derivación menor de este negocio, un indicio revelador también, lo constituye el hecho de que algunos operadores de telecomunicaciones en competencia con Telefónica, provistos de acuerdos de interconexión con ésta, han encontrado una oportunidad en atraer tráfico que termine en centros de acceso a Internet conectados a su red telefónica. El operador percibe de Telefónica el precio de interconexión de terminación local en su red, precio vinculado al tiempo de uso. En general, son los abonados de Telefónica quienes originan las llamadas que terminan en tales centros, y también quienes pagan a Telefónica el importe total de estos accesos, una de cuyas partes se transfiere al operador que dispone el centro de acceso a Internet.

En esas condiciones, la aplicación de descuentos a llamadas a Internet ha tropezado con dificultades en cuanto los operadores entrantes no quieren renunciar a los ingresos vinculados al tiempo de uso en beneficio de unos clientes que quieren precios independientes del tiempo de uso, clientes que no identifican claramente al operador nuevo como aquél que les sirve y a quien eligen cuando marcan un número de acceso a Internet.

Dos consideraciones cabe hacer reflexionando sobre estos comportamientos en el mercado. De una parte, que los precios de interconexión practicados para la terminación de las comunicaciones locales con destino hacia Internet retribuyen en términos atractivos los costes en los que pueda incurrir un nuevo operador. Bien cierto que esto es aplicable a usos intensos y a comunicaciones de larga duración, lo que nuevamente puede señalar la desproporcionada estructura entre costes de los servicios y precios vinculados al tiempo de uso. De otra parte, señala algunas fragilidades de un modelo telefónico en el que el cliente que origina la llamada suele ser quien toma la decisión y quien paga el precio de la llamada, y en consecuencia es el objeto natural de atención competitiva por parte de los distintos operadores. Pero, cuando un operador obtiene ingresos por terminar llamadas en su red, como en llamadas de interconexión, en llamadas a red inteligente o en llamadas a los móviles, puede bien ocurrir que desaparezca el estímulo en este operador por servir a quien toma la decisión de comunicarse y paga por ello, pero que difícilmente le identifica de entre las opciones que quedan a su alcance.

Ha aumentado el número de ofertas gratuitas de acceso a Internet, señalando ya líneas por las que este negocio va a ser desarrollado: el comercio electrónico y la publicidad. Sin embargo, a pesar de la duración apreciablemente mayor de las comunicaciones de Internet, el número total de minutos consumidos en España ha sido de 7.000 millones, lo que representa una fracción todavía muy reducida del conjunto de las telecomunicaciones españolas.

La actividad más relevante en Internet ha sido la creación de portales. Casi todos los operadores importantes de telecomunicaciones españoles están ofreciendo servicios de acceso a Internet directamente o a través de filiales, y algunos de ellos han desarrollado portales que desbordan de una forma natural el ámbito del mercado español.

El fenómeno más importante, extremadamente vistoso, ha sido la avidez de los inversores por



participar en las empresas de Internet o, en sentido más amplio que invoca ya una convergencia en el plano financiero, las empresas de la «nueva economía».

Los emprendedores han recuperado el liderazgo en la evolución de estas empresas, devolviendo a la reglamentación su posición normal, por detrás de los hechos. A iniciativa de los emprendedores se han desarrollado los movimientos financieros más imaginativos y sorprendentes, pero no ha alcanzado el mismo grado de madurez la producción de servicios que salgan al encuentro de un consumo, pareciera que tocado de la misma avidez que el mercado financiero, pero que debe mostrar sus perfiles reales y su adecuación a unas ofertas de servicios que han de llegar.

La orientación de los empresarios, no sólo en Internet, sino en todos los sectores tocados por la convergencia, ha cambiado de foco, ganando peso la opinión de los inversores frente a la valoración de los clientes (la formulación más expresiva es el objetivo de crear valor para los accionistas.) Sin duda, ambos aspectos están relacionados, pero la relación entre inversores y clientes no suele ser directa, sino intermediada por el empresario. Hay una cierta posibilidad de desfase entre la valoración de los clientes de una empresa y la de los inversores que se puede poner más de manifiesto en momentos de cambio rápido y profundo. Ello aconseja una actitud prudente a la CMT y no sólo en el ámbito de Internet, sino también en el de los móviles o en otros. Si fracasaran las expectativas de negocio que suponen las altas valoraciones de los inversores, la competencia puede sufrir las presiones más fuertes.

Dos capítulos de este Informe Anual presentan la actividad de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y su organización, estructura y resultados de la administración de sus recursos.

Como comentario general habría que reconocer que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ha dispuesto de los medios necesarios

para atender a la resolución de todos los conflictos y consultas que se le han planteado. Durante 1999 se ha pasado de una primera fase en la que todo asunto era nuevo y en su resolución se sentaban las bases para resolver asuntos similares, a una etapa en la que la mayoría de los asuntos tiene ya algún precedente y puede resolverse con mayor facilidad para la Comisión y con mayor seguridad para los interesados. Tenemos constancia de la asiduidad con la que se consultan nuestras Resoluciones, no sólo por los directamente afectados por ellas, sino también por los profesionales y estudiosos de la regulación del sector.

La organización original es tributaria, inevitablemente, de las personalidades de quienes nos integramos en la Comisión en el primer momento. Abordando ya una etapa de madurez en la que la Comisión no sólo pueda responder a la emergencia de solicitudes externas, sino que pueda reflexionar sobre experiencias vividas y adelantar el estudio de escenarios futuros, se empieza a perfilar la ocasión para rediseñar la organización interna de la Comisión en busca de una mayor capacidad de reflexión y comunicación de inteligencia, y de un carácter más insensible a las personalidades individuales de quienes nos incorporemos a ella. El reconocimiento que merece la aportación de los Consejeros que dejaron la Comisión en 1999, del Secretario que pasó a Consejero y del Director que nos dejó, se corresponde con una disposición personal muy por encima de lo exigible y de lo esperable, valiosa hasta lo imprescindible en el inicio de nuestra actividad. La organización no debiera requerir tan singulares disposiciones personales con carácter permanente.

Por cuanto se refiere a las relaciones internacionales, también en este Informe se da cuenta de la participación de la Comisión en distintos foros. Destaca la más consolidada personalidad del Grupo de Reguladores Independientes (IRG) que durante 1999 ha orientado mucho de su actividad a analizar y brindar sugerencias para la revisión del marco reglamentario europeo de las telecomunicaciones. Sin embargo, se pueden concebir muchos otros asuntos que se

beneficiarían de una cooperación más estrecha y más intensa por parte de los reguladores europeos incorporados a este foro. Sería un germen apropiado de una Autoridad Reguladora europea de las telecomunicaciones y del audiovisual, pero ello no supone sólo que el IRG esté dispuesto, sino que precisaría de un impulso, quizá venido desde las autoridades europeas, para determinar unos perfiles homogéneos para las Autoridades Nacionales de Regulación. No parece haber sido ésta la posición adoptada por la Comisión Europea hasta el momento, mientras que los Estados Miembros probablemente no se han sentido animados a armonizar sus criterios respecto a la distribución de funciones regulatorias entre las distintas instituciones nacionales.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones se ha adelantado a hacerse disponible y participar cuando se ha planteado una cooperación con terceros países que, desde España, pudiera atenderse con una especial sensibilidad. Tal es el caso de la colaboración de la UE con Polonia o la participación en el primer encuentro de telecomunicaciones entre la Unión Europea y Mercosur.

En resumen, el Informe presenta una situación de la que han desaparecido muchas conjeturas y han aparecido hechos reales sobre la apertura del mercado de las telecomunicaciones en España. Destaca el hecho de haber alcanzado una posición reglamentaria, en algunos aspectos, no superada por ningún otro país: radiodifusión y televisión digital, bucle de abonado vía radio, tercera generación de móviles han sido decisiones verdaderamente avanzadas. La competencia ha hecho progresos en la adquisición de cuotas de mercado superados por muy pocos países. La reducción de precios y la diversidad de ofertas comerciales han sido también destacadas en el conjunto europeo. Pero la situación queda aún muy lejos de la que pudiera darse como satisfactoria. Persisten desequilibrios entre las comunicaciones locales y el resto y, como en los demás países, no están próximas unas comunicaciones con la velocidad, la calidad, la disponibilidad y los precios que la tecnología actual hace posibles.

Aunque la apertura de las telecomunicaciones sigue siendo la gran dificultad que resolver, los criterios y la dirección del proceso han quedado ya bien definidos y se puede progresar sin dejarse llevar de las inevitables vacilaciones que suscita la competencia cuando sustituye a la intervención responsable. De otra parte el horizonte invoca ya otras cuestiones y oportunidades para cuyo aprovechamiento es absolutamente necesario el soporte de un excelente sistema de telecomunicaciones, pero que ya no se satisface sólo con ello. Los servicios audiovisuales, sobre todo los dotados de interactividad, y la potenciación de ese gran instrumento comunicador que representa Internet con las primeras aplicaciones de comercio electrónico atraen inevitable y justificadamente toda la atención que se les pueda prestar desde los poderes públicos en respaldo de las iniciativas empresariales.

Como conclusión, la competencia en este sector ha mostrado su enorme potencia donde ha podido jugar efectivamente; se van desvelando áreas en que la competencia tiene dificultades para establecerse, áreas en las que su ejercicio debe hacerse compatible con la protección de otros valores y áreas en las que provoca cierta sensación de falta de control; produce riesgos e incomodidad, rechazo en suma, entre los más establecidos y no siempre resulta grata para todos, incluidos los ciudadanos en algunas fases; no es el único instrumento con el que abordar la promoción de la *Sociedad de la Información*, aunque sí es el prerequisite de cualquier otra medida promotora que se quiera aportar a este desarrollo; y, como una forma de libertad que es, debe jugar con reglas estables que definan sus límites, pero aún dentro de ellos no se implantará ni se mantendrá sin ayuda, será necesario defender la competencia activa y persistentemente.

**José María Vázquez Quintana**

*Presidente*

*Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones*