

Política tarifaria Telefónica

En este artículo se pasa revista a diversos conceptos que intervienen en la formulación de los precios de los servicios telefónicos en España, incluyendo conceptos generales sobre tarificación, modificaciones importantes ocurridas en las últimas décadas, alternativas posibles y tendencias actuales. Para una mayor facilidad de interpretación, la exposición se centra en el servicio telefónico que es, con mucho, el más importante de los de telecomunicación, aunque diversos conceptos son de aplicación a otros servicios conmutados, y en menor medida al arriendo de circuitos.

Texto: Vicente Miralles

Aunque parece obvio conviene recordar que las tarifas de telecomunicación cumplen tres objetivos importantes: en primer término sirven para definir los servicios que se ofrecen; en segundo lugar establecen el precio que los usuarios han de abonar por el servicio; y en tercer lugar enmarcan las obligaciones generales en que incurren tanto el organismo que preste el servicio, como el usuario.

Dado que es a través de las tarifas como obtienen sus ingresos los organismos explotadores, se comprende fácilmente que el objetivo de la política tarifaria ha de ser que los ingresos procedentes de las cuotas de abono y las tarifas de utilización de los diferentes servicios prestados, sean suficientes para cubrir las necesidades financieras de la explotación, y ello con referencia no sólo al momento actual, sino teniendo en cuenta el desarrollo futuro de los servicios, es decir, incluyendo su extensión, modernización, amortizaciones, etc. Junto a este objetivo básico de la política tarifaria, suelen estar presentes otros, como el favorecer la introducción de un nuevo servicio que quiere implantarse, moderar la demanda en situaciones en que no se disponga de una oferta suficiente, actuar como mecanismo redistribuidor de rentas e incluso en ocasiones subvenir el déficit de otros servicios de comunicaciones, por ejemplo, postales.

El Convenio Internacional de Telecomunicaciones, establecido en el marco de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (U.I.T.), de la que España es Miembro, junto a otros 161 países, incluye entre los objetivos de la Unión el "fomentar la colaboración entre sus miembros con el fin de llegar en el establecimiento de tarifas, al nivel mínimo compatible con un servicio de buena calidad y con una gestión financiera de las telecomunicaciones sana e independientemente

Junto a este objetivo se señalan otros como "aumentar el rendimiento de los servicios de telecomunicación, acrecentar su empleo y generalizar lo más posible su utilización por el público", que tienen mucho que ver con la política tarifaria.

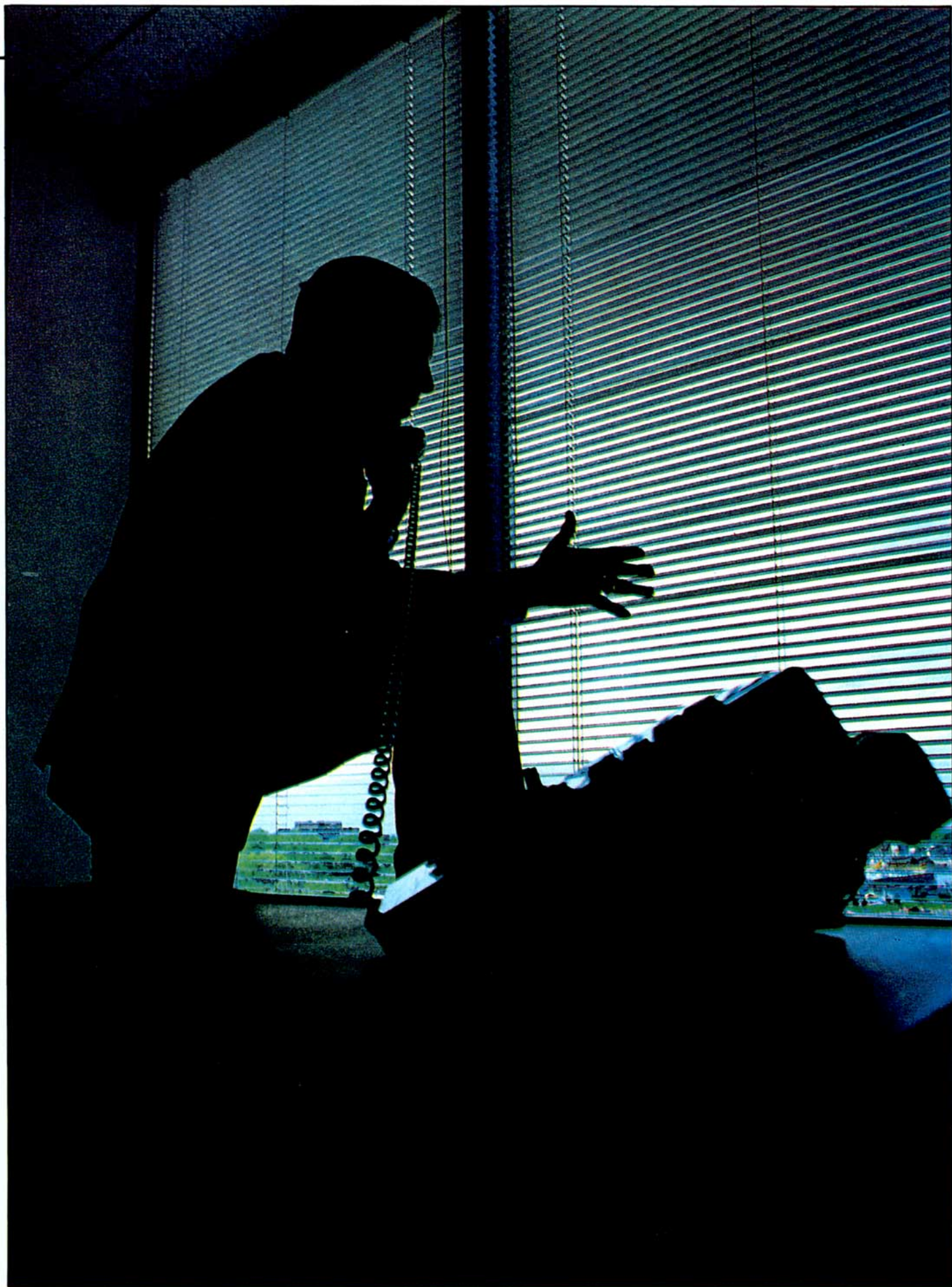
Las diferentes modalidades de explotación de las telecomunicaciones, sea con carácter de monopolio o no, en régimen de Administración Pública o por empresas públicas, privadas o mixtas, tienen en cuenta en mayor o menor medida los principios anteriores, dentro de sus distintas posibilidades, grado de desarrollo y ambiciones, dando lugar a políticas tarifarias muy diversas, que en el caso de la explotación a través de empresas concesionarias incluyen la fijación de una tasa de retorno razonable para los capitales invertidos.

Normativa en España

La característica singular de la explotación telefónica en España, encomendada en exclusiva desde 1924 a la Compañía Telefónica Nacional de España, S.A., y regida por un Contrato con el Estado renovado en 1946, no la hace ajena a los principios básicos anteriormente expuestos, que en la Base 19 del Contrato tienen la redacción siguiente:

"Las tarifas han de ser equitativas para el público, a fin de no impedir el desarrollo telefónico", en el que se invoca un principio de equidad de alcance impreciso en principio, aunque aclarado por el propósito de no impedir el desarrollo telefónico, o dicho en forma positiva, de impulsarlo, dotando al país de un "amplio y homogéneo sistema telefónico", como se establece en la Base 1ª del Contrato.

Esta "equidad" orientada al desarrollo telefónico, se matiza en la misma Base 19 al disponer los mecanismos de revisión de las tarifas, necesarias para que se



produzcan rendimientos suficientes para cubrir todos los gastos de explotación y las correspondientes amortizaciones, reservas y retribución del capital.

Las propuestas de modificaciones de tarifas que formula la Compañía son estudiadas e informadas por la Delegación del Gobierno, que considera su acomodación a las directrices de la política gubernamental en sus diversas vertientes de extensión de los servicios, ordenación territorial, redistribución de rentas, planes de inversiones, incidencia sobre el IPC, empleo, innovación industrial, etc., y las eleva al Gobierno para su aprobación.

Junto a esta normativa, incide en la generación de los precios de los servicios telefónicos la política impositiva aplicada al teléfono, en la que cabe resaltar como hitos más importantes la creación en 1940 del impuesto sobre el uso del teléfono, al tipo del 20%, gravando las cuotas de abono; su extensión en 1959 a todos los servicios telefónicos urbanos e interurbanos, al nuevo tipo del 17%, la elevación del tipo al 22% en 1967 y la introducción del I.V.A. desde 1-1-86, al tipo general del 12%, aplicado desde esa fecha a todos los servicios de telecomunicación, nacionales e internacionales.

Políticas tarifarias

La propia existencia del término "política tarifaria" da idea de que no existen unas reglas fijas para establecer las tarifas de los servicios de telecomunicación, universalmente admitidas, sino que hay una gran discrecionalidad en los precios que pueden señalarse para cada servicio e incluso para cada comunicación, y de ahí la diversidad de tratamientos que se encuentran para los mismos conceptos —cuota de abono, servicio urbano, servicio interurbano, alquiler o mantenimiento de terminales, etc.— o incluso para las mismas unidades de tráfico —llamadas, minutos de conversación, informaciones— en los distintos países, según categorías de abonados, días de la semana u horas del día.

La consecución del equilibrio entre gastos e ingresos de explotación a que se ha aludido anteriormente, requiere en cada momento un cierto nivel de ingresos, y éstos provienen del conjunto de los servicios ofrecidos, con dos componentes principales: cuotas de abono y tarifas por utilización.

Como principios generales para la tarificación se han señalado históricamente varios, que no tienen por qué actuar en exclusiva. Podrían resumirse así:

- a) Tarificación según el coste del servicio utilizado.
- b) Tarificación según la utilidad del servicio para el usuario.
- c) Tarificación según la capacidad de pago del usuario.

La tarificación según el coste del servicio resulta en principio muy razonable, a semejanza de lo que ocurre con otros productos o servicios. Pero tropieza con una dificultad muy importante en el propio cálculo de los costes de dichos servicios, ya que en una explotación de telecomunicación convencional se utilizan un conjunto de facilidades comunes para la prestación de varios servicios, lo que supone una notable complejidad para el cálculo de los costes específicos de un determinado servicio, cuyos componentes podrían reducirse, para simplificar a tres: los directamente imputables al servicio en cuestión, los derivados de la utilización conjunta de facilidades con otros servicios y los costes comunes o gastos generales de la explotación.



En ocasiones los costes directamente imputables pueden tener un peso relativo reducido, como puede ser el caso de la utilización de la red telefónica urbana para la distribución de programas de radiodifusión o música ambiental, lo que no propicia la aplicación de una tarifa-coste.

Se han señalado porcentajes del orden del 55% para los costes directos de los servicios telefónicos, frente al 45% para los costes comunes, lo que permite apreciar en qué medida es importante la contribución de cualquier servicio a los gastos generales, por lo que la reducción de tarifas en un determinado servicio ha de ser compensada por el aumento en otro u otros.

Pero además, una adecuación estricta entre las tarifas y los costes, además de ser muy complicada dado el gran abanico de los parámetros que podrían considerarse para esos costes —distancias, concentración de abonados, curva horaria del tráfico, uso eficaz de las facilidades, etc.— daría como resultado altos costes para modalidades como la atención a la población dispersa, que no favorecerían la extensión del servicio telefónico al medio rural.

Si bien la "equidad" puede entenderse como la aplicación de un mismo precio para una misma utilización, ya hemos visto como puede matizarse hacia una extensión de las facilidades a todos los ciudadanos y emplazamientos, lo que conlleva un alejamiento del criterio tarifa-coste.

El criterio de utilidad del servicio se ha tenido en cuenta históricamente en aspectos tales como fijación de cuotas de abono diferentes para abonados comerciales o residenciales, ya que se supone que los primeros pueden obtener beneficios económicos de las relaciones con sus clientes; o bien se han señalado cuotas diferentes según el tamaño de la red que puede

DENSIDADES TELEFONICAS A 31.12.85

Líneas principales/100 habitantes

EUROPA

SUECIA	62,72
SUIZA	50,15
DINAMARCA	49,72
FINLANDIA	44,59
R.F. ALEMANA	41,93
FRANCIA	40,77
GRAN BRETAÑA	38,28
AUSTRIA	36,11
BELGICA	30,99
ITALIA	30,40
GRECIA (1984)	29,48
ESPAÑA	23,76
IRLANDA	19,79
PORTUGAL	13,77
U.R.S.S. (82)	9,05
TURQUIA	4,37

ASIA

AUSTRALIA	40,13
NUEVA ZELANDA	39,50
JAPON	37,07
HONG KONG	31,86
ISRAEL	28,20
COREA	16,11
KUWAIT (1983)	12,08
ARABIA SAUDI	8,56
MALASIA	6,11
SIRIA	4,22
IRAK (1983)	3,48
IRAN	3,04
FILIPINAS	0,88
CHINA	0,58
INDIA	0,39
NEPAL	0,12

AFRICA

REP. SUDAFRICANA	8,42
TUNEZ	2,60
ARGELIA	2,42
EGIPTO	1,86
MARRUECOS	1,09
CONGO (1983)	0,68
KENIA (1984)	0,54
SENEGAL	0,34
GHANA (1984)	0,31
SUDAN (1984)	0,26
ETIOPIA	0,23
UGANDA (1983)	0,18
NIGER	0,13
ZAIRE	0,09
RUANDA	0,08
CHAD	0,04

AMERICA

CANADA	45,14
U.S.A. (1982)	40,91
GUADALUPE	24,52
PANAMA	7,85
ARGENTINA (1983)	7,61
VENEZUELA	6,96
COLOMBIA	5,69
BRASIL	5,12
MEJICO	4,50
CHILE	4,41
ECUADOR	3,01
CUBA	2,66
PERU	3,19
EL SALVADOR	1,75
GUATEMALA	1,61
HONDURAS (1984)	1,08

FUENTE: U.I.T.

ser alcanzada con tarifa local. Sin embargo, tampoco se trata de un criterio decisivo, aunque ha sido ampliamente utilizado, y lo sigue siendo, para favorecer la extensión del servicio reduciendo en lo posible las cuotas y tarifas que se fijan para los abonados residenciales.

El criterio de capacidad de pago del usuario es fundamental para la extensión del servicio, ya que la fijación al nivel mínimo posible de las cuotas de instalación y abono, favorece decisivamente la incorporación al sistema telefónico de abonados de rentas reducidas, dando así respuesta a la reconocida vocación universal del teléfono.

Aún cuando se ha señalado históricamente la correlación entre renta per capita de un país, y desarrollo telefónico, la realidad demuestra que tal correlación no es absoluta, existiendo países y situaciones en las que existen diferencias importantes tanto en

más como en menos, que reflejan la voluntad expansiva o no de los Gobiernos responsables del desarrollo de sus telecomunicaciones nacionales, que en la mayoría de los países responden a monopolios de oferta, a cuya expansión o modernización cabe atribuir la prioridad o volumen de recursos que se desee.

Finalmente, cabe señalar que la introducción de un nuevo servicio, como pudo ser en su momento el télex, o más recientemente la transmisión de datos, pasa normalmente por una etapa de no rentabilidad que puede durar bastantes años, y que obliga a subvenciones de otros servicios, a pesar de que su clientela pueda estar entre los usuarios de alta capacidad de pago.

Tarifas y desarrollo telefónico

Como ya se ha mencionado, en la extensión del servicio telefónico, que algunos países está culmi-

nando y otros prácticamente no han iniciado por carencia absoluta de recursos (véase cuadro núm. 1) pueden distinguirse fases iniciales en las que existe un predominio absoluto de teléfonos comerciales —Administración Pública, Empresas, Comercio, Servicios— frente a reducidos porcentajes de teléfonos particulares o residenciales. Se entra luego en fases intermedias de introducción del teléfono en los hogares familiares, en los que se van equilibrando estos porcentajes, y fases avanzadas, en las que el teléfono ha llegado a un alto porcentaje de los hogares, superior al 90%, y correspondientemente más del 80% de las líneas telefónicas corresponden a abonos particulares. Se supone que la saturación telefónica se alcanza cuando el teléfono llega al 96% de los hogares —siempre existen personas que no desean disponer del mismo— lo que representa unas 50 líneas telefónicas por 100 habitantes o unas 130 líneas por 100 hogares.

El fomento de la extensión del teléfono a los domicilios particulares, para alcanzar a sectores de población de rentas cada vez más modestas sólo resulta imaginable por ahora en los llamados países desarrollados, mientras que en países en vías de desarrollo la meta actual puede ser dotar de un teléfono comunitario a las poblaciones que excedan un determinado número de habitantes, que en ocasiones puede ser de varios millares. Existen todavía países con densidades telefónicas inferiores a 1 teléfono por 100 habitantes e incluso países con teléfonos sólo en la capital, o continentes como África con 0,8 líneas por 100 habitantes, lo que hace pensar en el largo camino a recorrer para aproximarse a los niveles habituales en los países desarrollados.

En países desarrollados, en los que la penetración telefónica en los hogares no se ha completado, como puede ser el caso de España, en que ésta alcanza en 1986 el 56% de los mismos, frente al 93% en Francia o el 96% en Alemania, el fomento de la extensión del servicio telefónico, tanto en el medio urbano como en el suburbano y sobre todo en el rural, para llegar a sectores de población de rentas cada vez más modestas, impone una limitación en las cuotas de abono que suele ser el componente más importante en la factura telefónica de estos nuevos abonados, que generan un tráfico muy reducido, al menos inicialmente. Si además tales abonados están situados en el medio rural, donde la dispersión geográfica impone costes de instalación y mantenimiento superiores, resulta evidente la no rentabilidad económica de tales instalaciones, que para poder realizarse requieren subvenciones cruzadas desde otros abonados o servicios del conjunto de la explotación, en los que resulta obligado "ganar" para poder "perder" aquí.

A juicio del autor, la consideración de monopolio para el servicio telefónico tiene su fundamento no tanto en las economías de escala que produce una explotación única —que por otra parte no siempre existen ni son evidentes— sino precisamente en la vocación universal del teléfono, como medio de comunicación entre los ciudadanos, que solamente podrá llegar a todos ellos, dadas las diferencias de renta y de situación geográfica en el país, si se producen subvenciones cruzadas entre los ingresos generados por los usuarios de mayor capacidad económica, que suelen coincidir con los de elevado tráfico y fácil instalación en ciudades importantes, y los reducidos ingresos que suelen proporcionar los usuarios de rentas bajas, que además en buena medida residen en el medio rural, donde la dispersión geográfica supone costes más elevados de instalación y mantenimiento.

Los usuarios de tipo comercial o no residencial,

como suele llamárseles, pueden ser solamente un 20% del total de abonados, pero generan un porcentaje muy elevado de los ingresos, que puede ser del 80%, mientras que un alto porcentaje de los abonados residenciales apenas generan tráfico, ya que tienen el teléfono más como disponibilidad que para uso habitual, limitándose a recibir llamadas y generando muy pocas para no incrementar su factura telefónica. Sin embargo el teléfono les proporciona una elevada capacidad de relación con la Sociedad —familiares, instituciones sociales— y una gran sensación de seguridad ante posibles emergencias. En términos puramente económicos estos abonados no interesarían a la explotación, y una política tarifaria de estricta sujeción a costes no les permitiría disponer de teléfono al quedar la cuota de abono exigible por encima de su capacidad de pago.

Sin embargo, las llamadas que tales abonados producen les son de gran utilidad. Incluso puede depender su vida de una llamada, pero no sería lógico aplicarles el criterio de utilidad del servicio.

Por consideraciones del mismo tipo, también suele establecerse un servicio urbano barato, ya que es el básico a que acceden los nuevos abonados, singularmente en el medio urbano donde radican la mayoría de ellos, si bien este concepto histórico viene siendo revisado a medida que aumenta la densidad telefónica, ya que implica una cierta discriminación para los abonados de poblaciones pequeñas, o dispersos, para los que el tráfico local puede ser poco relevante.

En general, la mayoría de las Administraciones de Telecomunicación reconocen perder dinero en el servicio urbano y ganarlo en el interurbano y sobre todo en el internacional, gracias a que las economías logradas por los modernos sistemas de transmisión han atenuado en gran medida el efecto distancia, al que sin embargo el usuario todavía reconoce una importancia superior a la real. Existe sin embargo una tendencia generalizada a reequilibrar la situación elevando las tarifas urbanas, cuyos costes de conmutación y transmisión no son desdeñables en ciudades importantes, y reduciendo las tarifas interurbanas e internacionales, para trasladar al usuario parte de las economías conseguidas en la transmisión. (Ver cuadro 2).

Sin embargo, este reequilibrio, que impulsan los grandes usuarios y sobre todo las empresas multinacionales, que tienen un conocimiento más profundo de las posibilidades de la técnica y las alternativas existentes, no debería comprometer el desarrollo telefónico al incidir negativamente sobre los consumidores individuales, cuya factura telefónica responde a una situación muy diferente, en la que predomina el tráfico urbano y que disponen de órganos de representación de sus intereses mucho menos activos e informados.

Monopolio o liberalización

A juicio del autor, el planteamiento de la alternativa monopolio-liberalización es en gran medida consecuencia de la presión de las grandes compañías, que hacen un uso muy importante de las telecomunicaciones y son perfectamente conscientes de la posibilidad de implantar soluciones alternativas para sus necesidades de telecomunicaciones mediante redes especiales, que si no están concebidas para llegar a todos los posibles usuarios mediante una compleja red de transporte y distribución, con jerarquías de conmutación establecidas a dicho fin, y sobre todo, si no fuera necesario subvenir a las rentabilidades negativas que producen un buen porcentaje de abonados de escaso tráfico u otros aspectos poco interesantes de la explotación —p. ej. las cabinas telefónicas de escasa utiliza-

MARGENES TARIFARIOS EUROPEOS EN 1983

	Nº de tarifas según distancia	Tarifa más elevada para distancia superior a	Relación importe llamada local de 3' a id. máxima distancia
ALEMANIA OCCIDENTAL	4	100 km	1: 15 * * *
ALEMANIA ORIENTAL	4	—	1: 18 *
AUSTRIA	5	100 km	1: 15
BELGICA	4	—	1: 4.5 *
DINAMARCA	5	100 km	1: 12 *
ESPAÑA	6	400 km	1: 40
FRANCIA	3	100 km	1: 15 *
GRAN BRETAÑA	3	56 km	1: 12 *
GRECIA	8	240 km	1: 40 *
HOLANDA	3	—	1: 4 *
HUNGRIA	4	—	1: 14 *
IRLANDA	4	80	1: 9 *
ITALIA	6	120 km	1: 6 *
LUXEMBURGO	2	—	1: 1 *
NORUEGA	4	50 km	1: 9 *
PORTUGAL	3	50 km	1: 22 *
SUECIA	6	270 km	1: 19 *
SUIZA	6	100 km	1: 12 *
YUGOSLAVIA	7	400 km	1: 12

* Llamada local de duración limitada.

** Llamada local de 6 minutos.

*** Llamada local de 8 minutos.

FUENTE: C.E.P.T.

ción, o el tráfico ficticio generado por un incorrecto uso de las redes conmutadas—, podrían traducirse en tarifas sensiblemente inferiores para sus utilizaciones concretas.

Este lógico deseo de obtener tarifas más reducidas a través de soluciones técnicas menos costosas, junto a otros relacionados con la conveniencia de disponer de soluciones técnicas o equipos más innovadores que los que la oferta habitual de las Administraciones proporcione, ha motivado desde hace algunos años un movimiento a favor de la rotura de los monopolios nacionales de telecomunicaciones, sea mediante la competencia en el suministro de terminales—complejos e incluso sencillos— o mediante la competencia en las propias redes, que puede limitarse a los servicios o llegar hasta el suministro de facilidades.

Se han utilizado numerosos argumentos a favor y en contra de la liberalización, que tiene, como cualquier innovación, partidarios y detractores. A los fines de este artículo interesa solamente destacar que la liberalización de terminales, que puede llevarse a cabo con muy amplias graduaciones en cuanto a categorías de terminales, normas de mantenimiento, etc., ha descargado a las Administraciones que la han adoptado, de inversiones importantes en equipo, aunque no de la responsabilidad de asegurar la adaptación a las redes de los nuevos terminales surgidos. Este aligeramiento inversor, y de personal de mantenimiento debe suponer un alivio económico que puede tener su reflejo en disminuciones o al menos incrementos menores en las tarifas.

La liberalización en redes, que pretende estimular la competencia y por tanto traducirse en precios inferiores para el consumidor, ha mejorado en algunos países que han adoptado la oferta de servicios e incluso los precios para determinados usuarios comerciales, al tiempo que han supuesto un incremento de su factura telefónica para el abonado residencial, que ha sufrido finalmente los efectos de "descremado" que estas situaciones propician.

En todo caso, puede razonarse que en países que hayan completado su "telefonización", la liberalización sólo supondrá un cierto incremento de la factura telefónica de los consumidores individuales. En países menos desarrollados telefónicamente, la liberalización generalizada, con su obligada referencia tarifa-coste, retrasaría aún más la extensión del servicio telefónico, por las razones expuestas.

El papel de los consumidores

Como se ha mencionado, los grandes usuarios de las telecomunicaciones han creado asociaciones muy profesionales que hacen oír sus criterios y deseos cerca de las Administraciones y Empresas de Telecomunicación, y que en buena medida influyen en las políticas de innovación, industriales, tarifarias y de otro tipo de dichas Administraciones. Por el contrario, las Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Telecomunicación, que agrupan consumidores individuales, tienen mucha menor implantación en la mayoría de los países y sólo en algunos hacen oír su voz ante las

Administraciones e influyen en las decisiones que les toman.

Aún cuando los objetivos de obtener un buen servicio y al menor precio posible, son comunes a cualquier tipo de usuario de telecomunicaciones, los requerimientos de los grandes usuarios varían en algunos aspectos como ya se ha citado y las Administraciones han ido dando respuesta a los mismos a través de múltiples mecanismos. Entre las necesidades de algunos o muchos usuarios individuales podríamos citar las siguientes, no tanto por su trascendencia cuando por la distinta problemática que suponen en relación con los grandes usuarios:

- Deseo de no figurar en la Guía Telefónica. Contraproducentes en las empresas, pero bastante extendido entre abonados residenciales. En Francia, p. ej. un 10% de los abonados, ya no figura en Guías ni su teléfono se facilita por los servicios de Información.

- Control de su consumo telefónico mediante llave, contador domiciliario o discriminador de llamadas. Elementos asociados desde hace décadas a las centralitas privadas, pero poco introducidos en líneas individuales y con sobrepagos importantes en relación con consumos medios-bajos.

- Facturación detallada. Que las centralitas privadas modernas llevan asociada generalmente, y solamente algunas Administraciones ofrecen sin sobrepago a la totalidad o mayoría de los abonados.

- Terminales alfanuméricos sencillos para sordomudos. Sin interés para las empresas.

- Utilización discontinua del teléfono en segundas residencias.

Citamos estos como ejemplos de necesidades típicas de abonados residenciales, que contrastan con las

de otros tipos de usuarios. En sentido contrario, algunas Administraciones han establecido tarifas especiales para actuaciones de mantenimiento o reparación de averías en días festivos o fuera de las horas comerciales para aquellos abonados que lo requieren, generalmente usuarios comerciales o de servicios. Se ha llegado a proponer una tarifa de abono reducida para aquellos abonados que se conformen con una demora preestablecida en la reparación de sus eventuales averías, lo que en alguna medida es una vuelta al concepto de categorías de abonados —comerciales o particulares— existente desde antiguo, adaptada a las nuevas situaciones de carestía de la mano de obra.

El movimiento consumerista debe potenciar sus actividades en el campo de las telecomunicaciones para definir y hacer llegar sus aspiraciones a las autoridades en la materia, so pena de retroceder ante las bien organizadas asociaciones de usuarios profesionales.

Conclusión

Creemos que de cuanto se ha dicho se desprende la trascendencia de la política tarifaria, tanto para la extensión de los servicios convencionales, de los que el teléfono es el más importante y representativo, como para la introducción de nuevos servicios y la consecución de un nivel de calidad de las prestaciones aceptable por todos los usuarios. Dado el amplio margen de discrecionalidad que ofrece la fijación de tarifas, en cuanto la relación tarifa-coste es solamente una referencia, se comprende la oportunidad de la existencia de un análisis adecuado a cada situación, y un diálogo social constante, que permitan optimizar en cada momento una infraestructura tan importante como representan las telecomunicaciones en las sociedades avanzadas.

En España esta tarea la desarrolla la propia Compañía Telefónica Nacional de España como uno de los aspectos íntimamente asociados a la explotación telefónica, y a nivel gubernamental la Delegación del Gobierno en la Compañía, que tiene una buena muestra de las aspiraciones de los abonados y usuarios a través de las reclamaciones, quejas y sugerencias que recibe, y a través de la Junta Consultiva en la que están representados el Instituto Nacional del Consumo y varias Asociaciones Nacionales de Consumidores y Usuarios, y a otro nivel la Dirección General de Telecomunicaciones, encargada de las directrices de política general en materia de telecomunicaciones, y concretamente del estudio, informe y, en su caso, propuesta sobre tarifas de los servicios de telecomunicación.

Aún cuando al gran público sólo suelen llegar los comentarios de la prensa con ocasión de la revisión anual de las tarifas telefónicas, la realidad es que existe un trabajo constante en los Organismos mencionados, cuya traducción final son los servicios de telecomunicación que disfruta el país, a un nivel tarifario que, en su conjunto, resiste muy bien la comparación con los establecidos en otros países de nuestro entorno.

Vicente Miralles es Doctor Ingeniero de Telecomunicación. Actualmente es Director de Programas Internacionales de la D.G.T. En el momento de escribir el artículo era Secretario General de la Delegación del Gobierno en la CTNE.

