



# Ficha de Mercado para Telefonía Móvil en Nicaragua

Febrero 2010.



compal



**PROGRAMA - COMPAL**

**Proyecto para Nicaragua**



**Instituto Nacional de Promoción de la Competencia**  
***PROCOMPETENCIA***

---

## **Ficha De Mercado**

### **Telefonía celular**

**Presentado por:**

**Estivalia Salgado**  
Consultor Junior 1

**Kersty Pineda**  
Consultor Junior 2

**Managua, 26 de febrero 2010**

## Índice

1. Antecedentes	4
2. Prestación de servicios a nivel nacional	5
2.1 Agentes económicos en el mercado nacional	5
2.2 Servicios	6
2.3 Ente regulador	7
3. Comercialización	8
4. Comercio mundial y nacional	8
4.1. Importaciones	8
5. Rivalidad y vínculos de poder	8
6. Información pública obtenida	9
7. Estrategia de investigación	9
8. Conclusiones	10
9. Recomendaciones	11
10. Bibliografía	11

## 1. ANTECEDENTES

Nicaragua continuamente posee alto endeudamiento externo, como resultado de haber tenido que financiar su déficit de cuenta corriente y un porcentaje sustancial de su déficit fiscal con ayuda internacional o préstamos de carácter concesional hace al país altamente vulnerable a las presiones internacionales a favor de la privatización.

La privatización del monopolio público de telecomunicaciones fue presentada como una solución al problema de las demandas de indemnización de propiedades confiscadas por el gobierno sandinista. Entre 1992 y 1994 Nicaragua logro la más alta tasa de inversión y modernización de las telecomunicaciones en toda Centroamérica, de tal forma que el patrimonio del operador público era de los más modernos de la región.

En el año de 1992 surge Movistar como Nicacel, en marzo de 1997 Nicacel fue vendida a Bellsouth, utilizando el nombre legal de telefonía celular de Nicaragua y opero en condiciones de exclusividad hasta a finales del año dos mil dos; el 29 de octubre del 2004 Telefónica móviles cierra la adquisición del 100% de las operadoras de telefonía móvil de Bellsouth en Ecuador, Guatemala, Panamá, Venezuela, Colombia, Perú, Uruguay y Nicaragua. En enero de 2005 Telefónica Móviles cierra la compra de todas las operadoras de Bellsouth en Latinoamérica y en abril de ese mismo año unifica su imagen en 13 países bajo la marca Movistar.

En el país se aprueban nuevas Leyes de telecomunicaciones y se crearon organismos reguladores especializados, previos al proceso de privatización.

En Nicaragua se opto por privatizar un monopolio horizontal y verticalmente integrado, con una clausula de exclusividad por un periodo de 3 años, que incluía larga distancia nacional e internacional y la posibilidad de adquirir una licencia de telefonía móvil; la empresa ganadora estaría obligada a expandir la red y mejorar la calidad del servicio así como también crear plataforma tecnológica.

El modelo de privatización proveía: - 40% de las acciones, con poder de voto mayoritario equivalente al 57%, - 11% acceder empleados y - 49% quedarían como propiedad del estado.

A finales del año 2001 se entrega el 40% al consorcio sueco hondureño Telia Swedfel abm egatel EMCZ por un periodo de 20 años; en el 2004 el gobierno vende paquete de acciones restantes adjudicándolo sin proceso de licitación a la empresa mexicana America móvil del grupo Carso, en paralelo la misma empresa

adquirió Megatel de honduras, convirtiéndose en la única accionista de enitel y en un operador con dos licencias en telefonía celular (Enitel y la de Sercom PCS); provocando reducción de manera significativa la intensidad del a competencia.<sup>1</sup>

La inexistencia en ese entonces de una agencia de competencia capaz de haber puesto como condición a la compra de enitel, que América móvil se deshiciera de una de las licencias móviles represento un serio problema para el desarrollo de la competencia global en telecomunicaciones.

Con relación a la evolución de tarifas en telefonía móvil, se trata en general de un mercado abierto a la competencia y en consecuencia normalmente sin obligación de informar tarifas; es además un servicio de telecomunicaciones segmentado entre el mercado de post pago y pre pago, con tarifas a menudo muy diferenciadas.<sup>2</sup>

En el mercado de prepago la competencia puede tener lugar, tanto en relación con los precios del minuto tiempo aire, como en torno a otras variables como son: a) Vigencia de denominación de la tarjeta y periodo de gracia para recuperar los saldos disponibles a su vencimiento, b) Denominación de la tarjeta y c) Promociones y servicios incluidos bajo el sistema de prepago.

La estrategia seguida por los concesionarios ha sido diferenciarse a fin de evitar la competencia de manera franca en la mayoría de las variables señaladas.

## **2. PRESTACION DE SERVICIOS A NIVEL NACIONAL**

### **2.1. A nivel nacional Agentes económicos en el mercado nacional**

En Nicaragua solamente dos empresas poseen licencia para operar el servicio de telefonía celular Telefónica S.A – Nicaragua que opera bajo la marca de Movistar y América Móvil (Claro).

La participación de mercado de América móvil (enitel) era del 42% más la absorción que hizo a sercom ese mismo año que poseía el 26% se le hace una participación del 68% y telefónica S.A (Movistar) del 32%.

---

<sup>1</sup> Centroamérica y México: Políticas de competencia a principios del siglo XXI, Libros de la CEPAL 95, pág. 81.

<sup>2</sup> Centroamérica y México: Políticas de competencia a principios del siglo XXI, Libros de la CEPAL 95, pág. 123.

## 2.2 Servicios

### TELEFÓNICA MOVISTAR OFRECE LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

#### **Servicios nacionales:**

Voz en texto, mensajes de texto plus, SMS por cobrar, SMS pre-pagados, entretonos, llámame que no tengo saldo, dedicatorias movistar, mensajes de texto SMS, mensajes de texto internacional, mensajes de texto a voz, mensajes multimedia, correos movistar, contenidos, navegación en internet, transferencia de saldo, saldos tras llamadas, detalle de llamada mensual, numero de amigos e internet GPRS.

#### **Servicios básicos:**

Identificador de llamadas, llamada en espera, transferencia de llamada, conferencia tripartita y correo de voz básico.

#### **Servicios internacionales:**

Roaming, llamadas internacionales: a) larga distancia internacional, b) LDI mercado directo y c) LDI especiales y SMS internacionales

**A. Prepago:** Tarjetas prepago, recargas electrónicas, plan prepago clásico, plan prepago parrandero, plan prepago tarifa única, Línea fácil prepago, Internet móvil prepago 3.5 G y Prepago libre.

#### **B. Contrato:**

- **Móviles**

#### **Cuadro 1. Tipo de servicios**

TIPO DE SERVICIO	PLAN
A	\$10
B	\$15
C	\$30
D	\$50
E	\$75 y \$100

Fuente: Movistar

- **Línea fácil contrato**

Línea fácil cuenta controlada: Cuenta controlada fijo, cuota fija de \$12.00; cuenta controlada fijo, cuota fija de \$ 5.00.

Línea fácil postpago: Postpago fijo libre, cuota de \$ 12.00

▪ **Internet móvil 3.5 G**

Servicio que permite conectarse a internet con absoluta movilidad utilizando como medio de conexión módems de datos tipo USB u otros como ROUTER.

**AMÉRICA MÓVIL (CLARO NICARAGUA)**

Llamada en espera, Localización vehicular (AVL), Mensajes multimedia, Pasatiempo claro, Recargas de tiempo aire electrónico, Roaming de datos, Telemetría, Wap, Administrador virtual AVI, Buzón de voz, Claro contactos, Cobertura, Ideas claro, Llamadas sin límites, Mail for Exchange, Mensajes de texto, Oficina móvil, Pasatiempo postpago, Restricción identificador de llamadas, Roaming internacional y Video llamada 3 G.

En la actualidad se encuentra en proceso el ingreso de un nuevo agente económico denominado Yota de Nicaragua S.A al mercado de las telecomunicaciones, quien iniciara operaciones en junio del presente año, se introducirá en espacios para acceso inalámbrico a internet y a telefonía básica.<sup>3</sup>

## **2.3 Ente regulador**

El instituto nicaragüense de telecomunicaciones y correos (TELCOR) es el ente regulador de los servicios de telecomunicaciones y servicios postales, institución estatal, la cual tiene como funciones la normacion, regulación, planificación técnica, supervisión, aplicación y control del cumplimiento de las leyes y normas que rigen la instalación, interconexión, operación y prestación de los servicios de telecomunicaciones y servicios postales.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Ver página web, <http://www.laprensa.com.ni>, visitada el 25 de febrero del 2010.

<sup>4</sup> Ver página web, <http://www.telcor.gob.ni>, visitada el 25 de febrero del 2010.

### 3. COMERCIALIZACION

La comercialización de estos servicios es realizada por Telefónica S.A- Nicaragua y América Móvil (Claro)- Nicaragua, debido a que ambos conforman un duopolio en el mercado de telefonía celular.

### 4. COMERCIO MUNDIAL Y NACIONAL

#### 4.1 Importaciones

Para el año 2008 las importaciones de equipos telefónicos fue mayor a los US\$96 millones siendo así uno de los principales productos importados en el país.

**Cuadro 2. Importaciones de aparatos eléctricos de telefonía (miles US\$)**

AÑO	DESCRIPCIÓN	VALOR CIF US\$
2008	Aparatos eléctricos de telefonía	96,896.59

Fuente: DGA

### 5. RIVALIDAD Y VINCULOS DE PODER

En este mercado se puede observar que los dos agentes económicos utilizan publicidad agresiva para poder adquirir mayor cantidad de clientes. Este comportamiento es saludable para un ambiente de libre competencia, sin embargo, es necesario revisar si ninguno de los dos agentes está realizando competencia desleal.

En cuanto a los vínculos de poder, públicamente no se encontró que los posean, sin embargo cuando América Móvil hizo la compra de Enitel, fuentes no oficiales, comentaban la buena relación que existe entre Carlos Slim y el actual presidente de la república.



## 6. INFORMACION PUBLICA OBTENIDA

### La Prensa

7 de agosto de 2008, Carlos Slim compra Estesa.

### El Nuevo Diario

29 de junio 2009, Claro sube precio de llamada en prepago.

## 7. ESTRATEGIA DE INVESTIGACION

Diseño de una estrategia en el desarrollo de una investigación

### 1. ¿Qué es lo que se está tratando de probar?

- la venta de un bien condicionado a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o la prestación de un servicio condicionado a la utilización de otro o a la adquisición de un bien.

### 2. ¿Quién puede brindar u ofrecer estos hechos?

- Clientes que utilicen servicios ya sea de Telefónica S.A- Nicaragua o de América Móvil (claro)
- Ex trabajadores de alguna de Telefónica S.A o de América Móvil

### 3. ¿Quiénes son los infractores potenciales de la denuncia?

- Agentes económicos que realizan dicha práctica ( Claro y Movistar)
- Personas naturales involucradas en la toma de decisión.

### 4. ¿En qué orden secuencial deberían de recibir sus declaraciones?

Como ya se ha realizado una investigación de este mercado de telefonía móvil en:

- Pagina web.

- Medios de comunicación de mayor circulación (diario la Prensa y el Nuevo Diario).
- Información documental basada en políticas de competencia.

Se plantea seguir recolectando información en:

- Actas de constitución y estatutos de estos agentes económicos para identificar a los miembros de la junta directiva.
- Identificar los vínculos familiares y corporativos de los dueños.
- Consultar con agencias de competencia del mundo con experiencia en resolución de casos en el mercado de harina de trigo, para valorar la estrategia seguida.

Una vez recolectada toda la información se procede a tomar declaraciones de los presuntos infractores o implicados en la realización de la práctica anticompetitiva en el siguiente orden:

- Gerente general.
- Gerente de venta

Las preguntas a ser formuladas durante la entrevista serán abiertas para obtener la mayor cantidad posible de información.

## **5 ¿cómo se debe organizar la evidencia para mantener una secuencia o concordancia?**

La evidencia será organizada de manera que las pistas puedan ser sustentadas con la información obtenida a través de las entrevistas y demás pruebas materiales y documentales a las que se tenga acceso durante la investigación.

## **8. CONCLUSIONES**

- En Nicaragua solamente existen dos empresas que brindan este servicio hasta el momento.
- Existen indicios de que estas empresas estén violando el art 19 inc c (venta de un bien condicionado a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o a la prestación de un servicio condicionado a la utilización de otro o a la adquisición de un bien) de la ley de promoción de la competencia que viene a perjudicar al consumidor y limitar la libre competencia.

## 9. RECOMENDACIONES

- Ir a entrevistar a los gerentes de Claro y Movistar con el objetivo de darles a conocer que la ley de competencia ya está vigente en el país, para que adecuen sus prácticas a dicha ley.

## 10 BIBLIOGRAFIA

- Rivera Eugenio, Schatan Claudia, Centroamérica y México: Políticas de competencia a principios del siglo XXI, Libros de la CEPAL 95, publicación de la Naciones Unidas, México D.F., enero 2008
- <http://www.elnuevodiario.com.ni/>
- <http://www.laprensa.com.ni/>
- <http://www.dga.gob.ni/>
- <http://www.telcor.gob.ni/>
- <http://www.movistar.com.ni/>
- <http://www.claro.com.ni/>