



LIMA LUNES 1 DE OCTUBRE DEL 2018 / N°740 / AÑO 13

W

Día1[®]

NANCY CHAPPELL

Tao Duc Thang

Vicedirector general de Viettel Group

Entrevista

"Estamos dispuestos a invertir más de lo que habíamos previsto, si la autoridad lo solicita" . /8,9





TELECOMUNICACIONES ENTREVISTA

Tao Duc Thang

Vicedirector general del grupo Viettel

“El plan es elevar el consumo móvil y entrar a Internet fijo para el 2019”

Telecom. Desde Bitel aseguran que desean una relación de largo plazo con el Perú y están dispuestos a participar en nuevas licitaciones y elevar las inversiones previstas.



MARCELA MENDOZA RIOFRÍO
Periodista

Este mes la marca Bitel cumple, junto con Entel, cuatro años de presentar su oferta comercial en el país. En realidad llegaron en el 2011, cuando el grupo vietnamita ganó su primera concesión, pero solo a partir del 2014 estuvieron listos para arrancar a competir. Hoy tienen el 15% de participación de un reñido mercado y esperan seguir creciendo, a pesar de los recientes cuestionamientos políticos sobre la última concesión recibida. El coronel Tao Duc Thang, vicedirector general del grupo militar de telecomunicaciones Viettel, asegura que no piensan bajar la guardia en esta batalla y, de ser necesario, elevarán sus inversiones en el Perú.

¿Cuáles su balance de la operación del grupo en el Perú? ¿Se cumplieron las metas? Estoy muy contento por los resultados que hemos logrado aquí: tenemos más de cinco millones de usuarios. Hemos llegado a lo previsto. Cuando tomamos la decisión de invertir en el Perú vimos muchas oportunidades para desarrollar el Internet móvil. Aunque sabíamos que aquí había dos operadores potentes como Claro y Movistar y que este era un nuevo entorno, pues solo habíamos operado en Asia y África, nos animamos. Ahora ya tenemos más experiencia para seguir avanzando a otros mercados.

¿Sienten que la competencia ha sido muy intensa? ¿Más que en otros países? En otros sitios, como Camboya, luego de dos años de inversión ya éramos el número uno. Claro que eso fue hace diez años y en un contexto diferente, pero también había mucha intensidad competitiva, aunque no tanta saturación como acá. En el Perú necesitamos casi tres años para implementar la red, porque la superficie es muy grande y su geografía es complicada, con muchas montañas. Pero no desistimos, porque queríamos llegar a todas las zonas del país, tanto pobres como ricas.

Es justo por esa geografía adversa que otros operadores no iban tanto al interior...

Nuestra filosofía es masificar el Internet móvil en todo el país. Consideramos que es muy necesario también en esas zonas alejadas.

¿Y han recuperado los US\$800 millones invertidos? ¿Ya es una operación rentable? Los resultados de Bitel reportan ganancias desde octubre del 2016. Hay un equilibrio, un balance positivo, todos los meses.

¿Cómo han hecho para lograr ese equilibrio económico?

Una razón es que controlamos mucho el costo de la operación. Tratamos de tener el menor gasto posible. Nosotros mismos implementamos la red, no subcontratamos, por ejemplo. Y nos centramos en que nuestros costos sean cubiertos por el Arpu [inversión que realiza cada usuario]. En otros lugares, África por ejemplo, el Arpu es menor, pero aplicamos la misma filosofía: siempre se mantiene menor al ingreso.

“Si pensamos participar en las nuevas licitaciones para 5G que convoque el MTC. En telecom, si paras de invertir, te mueres”.

“Ahora en Asia la tendencia creciente es el consumo de chips para conectar objetos (IoT). Acá nos vamos a enfocar en potenciar ese mercado también”.

¿Y esa política austera no implicó reducir la inversión en infraestructura o espectro? El costo acá de mantener al usuario es más alto, sí, porque el Perú es muy grande. Pero igual invertimos mucho en la red. Tenemos 33 mil km de fibra óptica, algo que no tiene ningún otro operador.

¿Y tienen planes para hacer más inversiones? ¿Participarán en las nuevas licitaciones que está por lanzar el MTC?

En nuestro plan figura invertir US\$110 millones en la frecuencia 2,5 GHz hasta el 2020. Eso servirá para mejorar el servicio y ampliar la cobertura. Y si pensamos participar en nuevas licitaciones para 5G. En “telecom” si paras de invertir, te mueres. En las licitaciones pasadas [para 4G LTE] no participamos, porque consideramos que estábamos bien con lo que teníamos. Era suficiente. Pero para 5G necesitaremos más espectro.



NANCY CHAPPELL

Más importante que cuota de mercado es que crezca la demanda de datos, sostuvo Thang.

Cable a tierra

1 La facturación anual de Viettel Group, que en el Perú ofrece sus servicios bajo la marca Bitel, es de más de US\$10 mil millones.

2 Operan en 10 países: Laos, Haití, Mozambique, Timor Oriental, Camerún, Burundi, Camboya, Tanzania, Birmania y el Perú.

¿Qué planes tienen para el 2019? ¿Entrarán a competir en otras categorías, Internet fijo, por ejemplo? Para el 2019 esperamos elevar el consumo de Internet móvil, además de tener una mayor fuerza en el mercado corporativo. Proyectamos además que Bitel pueda brindar el servicio de Internet fijo al Perú. Yase enterarán en el 2019 de la fecha en que realizaremos su lanzamiento oficial.

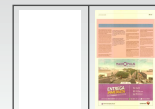
¿Qué planes tienen para las empresas? Nuestro foco no solo será el usuario final. Ahora en Asia la tendencia creciente es el consumo de chips para conectar objetos (IoT). Acá nos vamos a enfocar en ese mer-

cado también. La meta es crecer la colocación IoT en fábricas y corporaciones.

¿A nivel del 'share' tienen para el 2019 alguna nueva meta? ¿17%? ¿20%? Bitel no se preocupa por sí misma sino al 17%, 18% o 19%. Lo más importante ahora es que crezca el consumo, que haya más demanda de datos. No se trata de más participación sino de sacarle más provecho a la red.

¿Qué es lo que más preocupa a Bitel en estos momentos? ¿Cuáles su mayor reto? En el mercado peruano nuestra mayor dificultad es tener suficiente frecuencia [espectro radioeléctrico]. Esperamos que el Gobierno nos dé la frecuencia suficiente para brindar el mejor servicio. La falta de espectro impacta el precio que brindamos al usuario final, [con menos espectro se necesita gastar en montar más antenas].

Según los últimos reportes del MTC, ustedes son el operador con menos espectro. ¿Cómo piensan revertir esta carencia? A fines del 2017 el MTC nos dio parte de la banda 2,5 GHz para 4G LTE.



Dicha concesión ha sido muy cuestionada, porque la obtuvieron solo a solicitud de parte, sin costo, sin concurso. Y se ha generado todo un revuelo político. Incluso ha intervenido el Congreso...

Nosotros hemos invertido en muchos países y en todos ellos siempre obedecemos lo que regula la ley. Como empresa de origen militar siempre cumplimos con la legislación de cada país en el que operamos. Nuestra filosofía es dar el mejor servicio y ayudar al Gobierno a implementar los programas sociales. En este caso, el MTC nos dio la frecuencia cumpliendo con la ley y nosotros vamos a invertir en mejorar los servicios y crecer la penetración de Internet. Ese es nuestro aporte.

Pero el caso también lo está revisando la Contraloría y existen dos posibilidades: o se revierte la concesión [vuelve al Estado] o les añaden un monto adicional de inversión. ¿Estarán dispuestos a invertir más? Nosotros estamos haciendo negocios de forma legal. Cumplimos con los documentos oficiales. Y aportamos para brindar los servicios sociales. Tenemos fe en que se nos haya dado la oferta en forma legal.

Pero, ¿aceptarán si se les pide un aporte adicional de unos US\$32 millones?
Respetaremos la decisión del Gobierno Pe-

“Esta empresa es militar. Por tanto, todo debe ser muy claro y transparente. No nos permitimos hacer las cosas a oscuras”.

“Esperamos que nos den la frecuencia 2,5 GHz lo más pronto posible, porque eso permitirá mejorar el servicio. Pero respetaremos la decisión del Gobierno”.

ruano. Si estaríamos dispuestos a invertir más de lo que habíamos previsto si las autoridades lo ven necesario, por supuesto.

¿Y si se diera un escenario negativo y se les revierte la concesión? ¿Cómo lo tomarían?

Esperamos que nos den la frecuencia lo más pronto posible, porque eso permitirá mejorar el servicio para los usuarios. Pero respetaremos la decisión del Gobierno Peruano.

Y cuando escucha que el caso de la última concesión es ligado a la palabra “corrupción”, ¿Cuál es su reacción?, ¿Cuál es la filosofía de la empresa frente a ello?

Esta empresa es 100% militar. Por tanto, todo debe ser muy claro y transparente. No nos permitimos hacer las cosas a oscuras. Aquí todo debe ser siempre transparente.

¿Todo esto afectará su deseo de quedarse? ¿Siguen viendo al Perú como una relación de largo plazo?

Esta es una relación hasta el infinito. Yo he visitado todo el Perú y encuentro que existe una amistad muy estrecha entre ambos países. Tenemos puntos en común como la comida o la cultura y queremos quedarnos mucho tiempo por aquí.

¿Y su deseo de expandirse a otros países de la región se mantiene o por ahora es suficiente solo con el Perú?

En el futuro sí. Nosotros mantenemos el plan de invertir en otros países de América Latina. Las oportunidades dependerán del mercado. Estamos observando qué otras licitaciones de espectro hay en la región y estudiando si nos conviene o no.

¿Y piensan en grandes mercados como Brasil u optarán por alguno pequeño?

No depende de eso. No diferenciamos si son grandes o pequeños. Lo que estamos estudiando es qué frecuencia hay disponible para entrar y si hay espacio para nuevos competidores. Lo que evaluamos es si el mercado está muy saturado...

¿No quieren ir a otro mercado tan reñido como el peruano?

Cada mercado en el que estamos es diferente. Aquí existe mucha intensidad competitiva. Ya estaba muy saturado cuando llegamos, sin embargo aún había espacio para llevar el Internet al interior del país. Y nos ha ido bien. Pienso que las oportunidades dependen de cada mercado. Veremos en las otras licitaciones que se vienen cuáles son las condiciones y según eso decidiremos. Pero la intención de expansión se mantiene.