

**Trabajo final
Dirección de Organizaciones
Públicas**

ANTEL

**Virginia Motta
03/08/2007**

Introducción

La idea de este trabajo de investigación consiste en recolectar información acerca de la gestión de ANTEL en los últimos años, y poder llegar a formar una opinión sobre la misma y poder concluir si fue positiva o no. Gestión desde el punto de vista del cliente, si el mismo se encuentra satisfecho o no; del punto de vista de la tecnología, si la misma es de vanguardia o la separa una brecha muy grande de las empresas privadas; si es una empresa rentable, etc.

Se pretende, a través de este trabajo, poder contestar estas preguntas y así confirmar o no, la idea que uno tiene a priori sobre el desempeño satisfactorio de ANTEL.

Este trabajo se compondrá de las siguientes secciones:

Una primera sección donde se pretenderá situar a la Organización en el plano Estatal, definir cuales son sus principales características, objetivos, estructura, su marco institucional, etc.

Una segunda donde se expondrá toda la información recabada y considerada relevante para el objeto de estudio. La búsqueda y análisis de información acerca de la gestión, se hará en los diferentes medios de prensa, diarios, revistas, Internet, material institucional, etc.

Una tercera donde se desarrollarán las principales conclusiones.

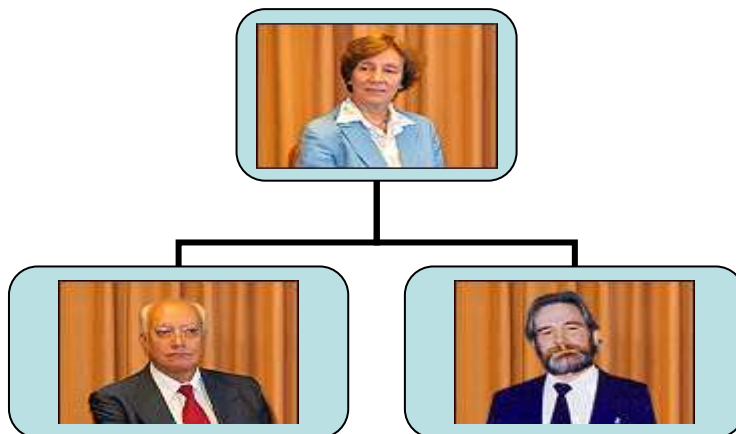
En la cuarta sección, anexos y bibliografía.

SECCION I

Antes que nada debemos situar a ANTEL (Administración Nacional de Telecomunicaciones) dentro del Estado uruguayo y con ese fin podemos decir que forma parte del conjunto de Organismos Descentralizados del Estado Uruguayo, junto con la ANP, OSE, INAU y ANC.

Fue creada el 25 de julio de 1974 y su cometido fundamental es la prestación de todos los servicios de telecomunicaciones en el territorio nacional.

Su directorio está integrado por un Presidente (Ing. María Simón), un vicepresidente (Dr. Edgardo Carvalho) y un Gerente General (Ing. José Luis Saldías).



De acuerdo con los lineamientos de la planificación estratégica que se ha adoptado en todo el Estado Uruguayo, ANTEL tiene definido lo que es su misión y visión.

La Misión de ANTEL: “Brindar servicios de telecomunicaciones adecuados a las necesidades de los clientes, en forma eficiente, de calidad, a precios competitivos y que contribuyan al bienestar de los ciudadanos, al desarrollo de la cultura y la producción del país”.

La Visión de ANTEL: “Ser la empresa de telecomunicaciones líder en el Uruguay, alcanzando niveles de excelencia técnica y de gestión en el contexto internacional y contribuyendo al bienestar de la sociedad y el desarrollo del país”.

En los últimos años ANTEL ha focalizado sus políticas de acción hacia el cliente, dándole mayor prioridad a su atención, mejorando la comercialización de los servicios y la comunicación con los mismos.

La estrategia consiste en generar una oferta variada de servicios, de calidad y a precios competitivos, facilitar el acceso a los servicios y crear alianzas comerciales.

Asimismo, se han planteado políticas de orientación tecnológica y de servicios destinadas a potenciar la sinergia de la empresa al brindar simultáneamente servicios de telefonía fija, móvil y datos, apuntando a la convergencia entre telefonía fija y móvil.

La estrategia, en este caso, consiste en generar alianzas tecnológicas y aumentar las inversiones en tecnología.

ANTEL no sólo brinda servicios de telefonía fija sino también servicios de telefonía móvil y de sistemas de tecnología digital.

El servicio de telefonía móvil lo hace a través de ANCEL y el de tecnología digital a través de ANTELDATA.

ANCEL comenzó a operar el 1 de setiembre de 1994 y cuenta con el respaldo técnico de ANTEL.

Su misión es la de: “Desarrollar todos los servicios de comunicación e información basados en tecnología móvil”.

Su visión es la de: “Ser líder en comunicaciones móviles”.

Por otro lado ANTELDATA se crea en el año 2000 y su cometido es comercializar y prestar servicios de red de datos, acceso a Internet, redes IP y soluciones integrales en el diseño e implementación de sistemas de telecomunicaciones.

Define *su misión* como la de: “Brindar la más amplia gama de soluciones de telecomunicaciones para satisfacer las necesidades de todos los clientes potenciales, utilizando las más modernas tecnologías con eficacia y eficiencia”

Su Visión es la de: “Ser el actor principal en el desarrollo de los negocios de conectividad y ancho de banda en Uruguay”.

SECCION II

En esta sección se exponen los principales logros obtenidos por ANTEL en los últimos años así como también, las principales críticas por parte de los diferentes actores sociales.

Variables Financieras:

En el siguiente cuadro se puede ver la evolución de las diferentes variables financieras, desde el año 2002.

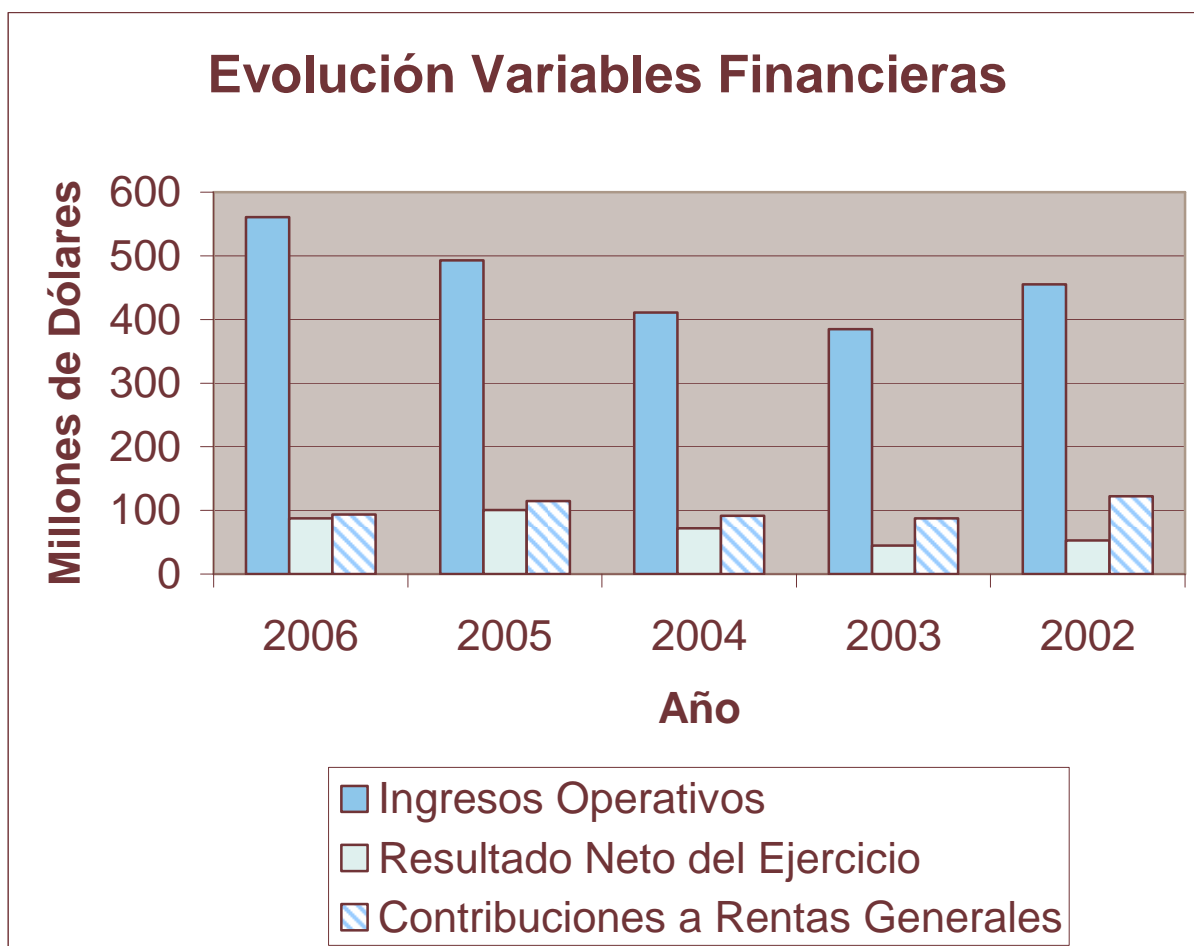
Millones de Dólares USA	2006	2005	2004	2003	2002
Ingresos Operativos	560.6	492.8	411	384.6	455.1
Gastos Operativos sin depreciaciones	294.5	235.9	204	201.7	248.2
Resultado operativo antes de depreciaciones	266.1	256.8	207	182.9	206.9
Depreciaciones	131.7	128.3	123.8	105.2	108.3
Resultado Bruto	134.4	128.6	83.2	77.7	98.6
Impuesto a la Renta	52.1	59.5	44.2	37.9	14.4
Resultado Neto del Ejercicio	89.7	100.8	72	44.9	52.9
Total del Activo	1013.3	982.5	951.8	858.7	835.1
Valor Neto de los Bienes de Uso	588.6	606.1	642.8	584.9	562.3
Incorporaciones de Bienes de Uso	72.4	37.8	76.9	44.8	72
Total del Pasivo	190.5	208.6	214.5	204.2	182.6
Pasivo a largo plazo	28.3	36.6	56.1	61.5	47.4
Patrimonio	822.8	773.8	737.2	654.5	652.6
Contribuciones a Rentas Generales	93.7	114.5	91.5	87.6	122.1

Fuente: Antel

Si tomamos las variables financieras relevantes, como ser los Ingresos Operativos, el Resultado Neto del Ejercicio y la Contribución a Rentas Generales vemos que tanto el Resultado Neto del Ejercicio como la Contribución a Rentas Generales en el año 2006 disminuyeron; en el primer caso un 11% con respecto al año anterior y para el segundo caso un 18%. Esta disminución se puede deber a que si bien los Ingresos Operativos

aumentaron progresivamente desde el año 2003, los Gastos Operativos también aumentaron, disminuyendo así el Resultado Neto y por ende la Contribución a Rentas Generales.

Los ingresos Operativos aumentaron en el año 2005 debido a un aumento en los ingresos por telefonía y transmisión de datos que sumaron Usd 485.7 millones.



Fuente: Elaboración propia en base a cuadro anterior

Por otro lado si comparamos el año 2005 con respecto al 2004 vemos que aumentaron los aportes a Rentas Generales que sumaron Usd 114 millones, un 25% más que el año anterior y las ganancias de la empresa fueron un 40% más que en 2004 y los ingresos un 20% mayores.

A pesar de esto, en 2005 Antel registró pérdidas por deudas incobrables por Usd 9,9 millones y otros Usd 1,8 millones correspondientes a litigios y reclamos que aumentaron 102% frente al año anterior.

Entre los deudores, los organismos oficiales al cierre del año tenían compromisos pendientes con Antel por Usd 32,1 millones (46,3% más que en 2004).

A través del análisis de algunos ratios como el Índice de Solvencia, la Prueba Ácida, y el Margen Bruto, podemos formarnos una idea de la situación financiera de ANTEL.

El IS mide la relación entre los Activos corrientes y los Pasivos exigibles dentro del año. Indica con cuántos pesos se cuenta para hacer frente a las obligaciones adeudadas. Por ejemplo, en el año 2006 para ANTEL el mismo fue de 2.26 lo que significa que cada 1 peso de Pasivo, existen 2.26 pesos de recursos para cancelar el mismo. Por lo tanto los activos que se preveían realizar en el año 2006 son superiores al monto de las obligaciones para dicho año.

Para el caso de la Prueba Ácida ((Activo Corriente – Inventarios)/Pasivo Corriente), el ratio para el año 2006, es igual a 2.01. Este índice también mide la relación entre el Activo corriente y el Pasivo corriente de la empresa pero sin incluir los Bienes de Cambio. Es una relación más exigente que el IS ya que al restar los bienes de cambio está tomando sólo los activos más líquidos. Igualmente vemos que su activo sigue siendo superior a sus obligaciones para ese año.

Otro ratio es el Margen Bruto que es la Ganancia o Pérdida Bruta/Ventas Netas. Indica la rentabilidad obtenida por peso vendido. Tiene en cuenta para el cálculo la ganancia bruta, es decir, la ganancia resultante de la resta del costo de ventas a las ventas. Para el año 2006 fue de 24%.

La rentabilidad sobre patrimonio (ROE) es el resultado porcentual de dividir la Utilidad Neta entre el Patrimonio Neto. Mide la utilidad de los fondos, la capacidad de ANTEL de generar utilidad. En el año 2006 fue de 10.9%, o sea cada 1 peso se obtiene un rendimiento del 10.9% sobre el patrimonio.

Ratios relevantes	2006	2005	2004	2003	2002
Activo corriente sobre Pasivo Corriente	2.26	1.82	1.55	1.31	1.32
Prueba Ácida	2.01	1.57	1.36	1.14	1.11
Margen EBITDA	47.5%	52.1%	50.4%	47.6%	45.5%
Margen Bruto	24%	26%	20.2%	20.2%	21.7%
Rentabilidad sobre Ingresos Operativos	16%	20.5%	17.5%	11.7%	11.6%
Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)	10.9%	13%	9.8%	6.9%	8.1%

Fuente: Antel

Si bien los resultados son positivos, se observa una disminución en algunas variables comparando el año 2006 con respecto al 2005. Es el caso de la Rentabilidad sobre Ingresos Operativos y de la ROE entre otras.

Para el caso de la ROE, la baja se debe a una disminución del Resultado Neto del Ejercicio que pasó de 100.8 en el 2005 a 89.7 en el 2006, por la razón expuesta anteriormente, de un aumento de los Gastos Operativos. Esto también afectó la Rentabilidad sobre Ingresos, ya que si bien éstos últimos subieron con respecto al 2005 (pasaron de 492.8 a 560.6), no pudieron contrarrestar la disminución del Resultado Neto.

Gestión Año 2005:

Según datos obtenidos de la memoria anual para el año 2005, en cuanto al objetivo perseguido por las políticas orientadas hacia el cliente; se habilitaron nuevos centros comerciales en Montevideo y en el interior del país, se implementó un plan piloto de celulares de tercera generación, se superó la meta de 500.000 celulares para el término de ese año, se comenzó la comercialización del servicio PTT (push to talk), se aumentó la cantidad de países con roaming de voz y de mensajes, se comercializaron nuevos planes de Banda Ancha, etc. Además es importante destacar que este año se caracterizó por una marcada orientación hacia el cliente.

Esto se pone de manifiesto con la obtención de la certificación de calidad nacional e internacional por su Sistema de Gestión de la Calidad de Atención de Clientes entregado por el Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT), la Asociación Española de Normalización (AENOR) y la Red Internacional de Certificación (IQNET).

Otros logros obtenidos en ese año fueron: 1.000.000 de servicios telefónicos fijos en servicio, 30 teléfonos fijos cada 100 habitantes, 570.000 clientes de telefonía celular, 48.000 servicios de ADSL comercializados, 114 millones de dólares de contribución a Rentas Generales en el año 2005 y 850 millones de dólares en los últimos 6 años, ingresos operativos del orden de 500 millones de dólares en el año 2005, que representan un 3% del PBI del Uruguay.

En este año también, se presentó un informe del Grupo Radar, más precisamente en el mes de octubre, donde se ponía de manifiesto que ANTEL era la empresa pública mejor evaluada por los uruguayos, seguida por UTE y el BROU.

En el otro extremo se encuentran PLUNA y BHU.

La imagen corporativa de ANTEL es muy fuerte, es la única empresa que en la escala de 0 a 10 superó el 7, siendo muy bien evaluada incluso por los electores con mayor nivel educativo.

Los principales datos obtenidos se reflejan en el siguiente cuadro, donde 0 es pésimo y 10 excelente.

Las empresas son mejor evaluadas por los ciudadanos del interior que por los de Montevideo. También se desprende del estudio que a medida que aumenta el grado de instrucción del encuestado la percepción general sobre el funcionamiento de las empresas tiende a empeorar.

		ANTEL
TOTAL		7.1
LOCALIDAD	Montevideo	6.9
	Interior	7.3
SEXO	Mujeres	7.1
	Hombres	7.1
EDAD	17-29 años	6.8
	30-45 años	7.3
	46-64 años	7.3
	65 y +años	7.1
NIVEL	Primaria	7.5
EDUCATIVO	Sec. 1er. Ciclo	7.2
	Sec. 2do. Ciclo	7.1
	Terciaria	6.7
VOTO	EP-FA	7.1
OCTUBRE 04	PN	7.1
	PC	7.1
AUTOIDENTIFICACION	Izquierda	7.2
IDEOLOGICA	Centro	7
	Derecha	7.4

Fuente: Grupo Radar

Ranking de evaluación según voto en 2004

	EP-FA	PN	PC
1°	ANTEL	ANTEL	ANTEL
2°	ANCAP	UTE	UTE
3°	UTE	BROU	BROU
4°	BROU	OSE	OSE
5°	OSE	BSE	BSE
6°	BSE	CORREO	PLUNA
7°	PLUNA	PLUNA	CORREO
8°	CORREO	ANCAP	ANCAP
9°	BHU	BHU	BHU

Fuente: Grupo Radar

La percepción de los encuestados cambia también con la inclinación política de los mismos. Los votantes del EP son los que las evalúan mejor.

Del análisis del siguiente cuadro se desprende que entre los votantes del Partido Nacional y los del Partido Colorado, sólo existe una diferencia en la evaluación de Pluna y el Correo, mientras que en el resto fue igual. Otro dato curioso es que para el caso de Ancap su desempeño esta considerado en 2° lugar para los votantes del EP-FA pero en 8° lugar para los de PN y PC. Por lo tanto vemos que la inclinación partidaria influye mucho al momento de calificar la gestión del Ente.

Gestión Año 2006:

El año 2006 cierra para ANTEL con un superávit de Usd 65 millones, 950 mil clientes de telefonía celular y 102 mil personas con acceso a Internet por banda ancha.

En este año el 61% de la facturación provino de la telefonía fija, 25% de la celular, 11% de la transmisión de datos, 3% de la telefonía pública y la telegrafía tuvo una presencia residual.

Se observa una tendencia en el 2006 a la baja de los ingresos por telefonía fija, cayeron cerca de un 5% en este año respecto del 2005, no así los ingresos provenientes de Ancel y Anteldata que crecieron un 50% y un 20% respectivamente.

Este año fue para ANTEL un año de innovaciones tecnológicas; Ancel lanzó al mercado el servicio OGO con total exclusividad, siendo el primer país de Latinoamérica donde se presenta. Este servicio provee simultáneamente las funciones básicas de un celular, de mensajería instantánea, recepción y envío de e-mails.



En el caso de Anteldata, también presenta nuevos servicios como Radio Adinet, servicio que permite enviar audio por Internet a todo el mundo y Adinet TV, servicio ideado para transmitir video a todo el mundo.

También hay que mencionar que Uruguay dispone de un millón de servicios de telefonía fija activos en todo el territorio y con una cobertura 100% digital. Es el único país de América Latina en estas condiciones.

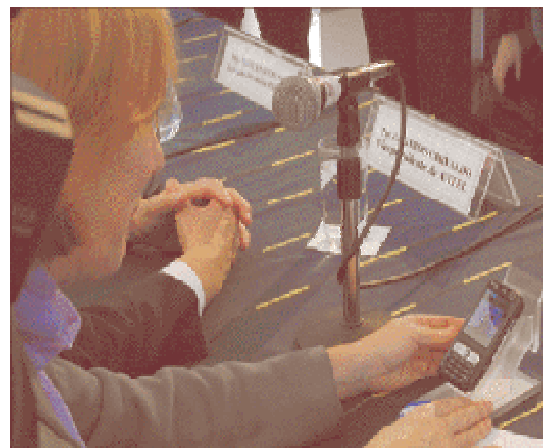
Pero este año se volvió a repetir un problema que afecta a ANTEL desde hace ya algunos años, que es la pérdida que ocasiona el robo de cables, la misma se puede estimar en 1 o 2 millones de dólares por año. La zona más afectada es la zona de la Costa de Oro. A modo de ejemplo, en el balneario de Salinas, hubo 55 robos de cables entre los meses de agosto y octubre 06.

A su vez, se ha constatado que los usuarios de Antel afectados por los hurtos, suman en total 115.222 días sin servicio telefónico. Los robos incluyen en mucho de los casos, a aquellos cables que la empresa repuso luego de robos previos. Los 55 robos en Salinas le dieron a Antel una pérdida aproximada de 3 millones de pesos. La empresa, dispuso

un sistema de préstamos de teléfonos celulares que mantendrá la tarifa de los teléfonos fijos, para los usuarios afectados por los robos de cables mientras no les sea restablecido el servicio. Pero según el directorio de ANTEL la solución va a llegar de la mano de las nuevas tecnologías inalámbricas.

Gestión Año 2007:

ANTEL ya presentó la tercera generación en telefonía móvil 3.7G que cuenta entre otros servicios con: descarga de contenidos, TV móvil, banda ancha y videollamada. Se prevé que para octubre el 80% de la Capital tenga acceso y a fin de año más del 95% de Montevideo, los principales balnearios y las capitales departamentales del interior del país, continuando el proceso de expansión en el año 2008.



En cuanto a las tarifas, se establece por parte de ANTEL, que se trasladó a las mismas la disminución de aportes a la Seguridad Social y esto llevó al establecimiento de la tarifa local en todo el país. Eliminándose definitivamente la categoría "larga distancia nacional".

También se trasladó a los usuarios la rebaja del IVA y del ITEL, impuesto específico sobre las comunicaciones móviles.

Técnicos de ANTEL habían estimado que la rebaja de aportes patronales por efecto de la reforma tributaria supondría un ahorro de Usd 10 millones que permitiría rebajar 3% las tarifas. Esta rebaja se pretendía volcar hacia la telefonía fija ya que se considera que cumple un rol social muy importante.

El número de abonados a este tipo de servicio, se espera que siga disminuyendo en el 2007, manteniendo la tendencia observada en el 2006. Pese a eso, representa algo más del 70% de la facturación de la empresa aunque declina año tras año.

La rebaja se logró a pesar de que al principio del año 2007, el directorio de ANTEL había dicho que la misma no se iba a poder hacer efectiva debido a que Economía no les redujo las exigencias de transferencias a Rentas Generales para 2007.

ANTEL aspiraba a lograr una disminución de las transferencias a Rentas Generales para este año tal como había hecho en 2006. Sin embargo, para 2007 se decidió mantener la misma meta de superávit lograda por ANTEL en 2006.

ANTEL es la empresa que más aporta al Gobierno con Usd 100 millones, seguida por UTE, que cerró el 2006 con alrededor de Usd 50 millones en transferencias.

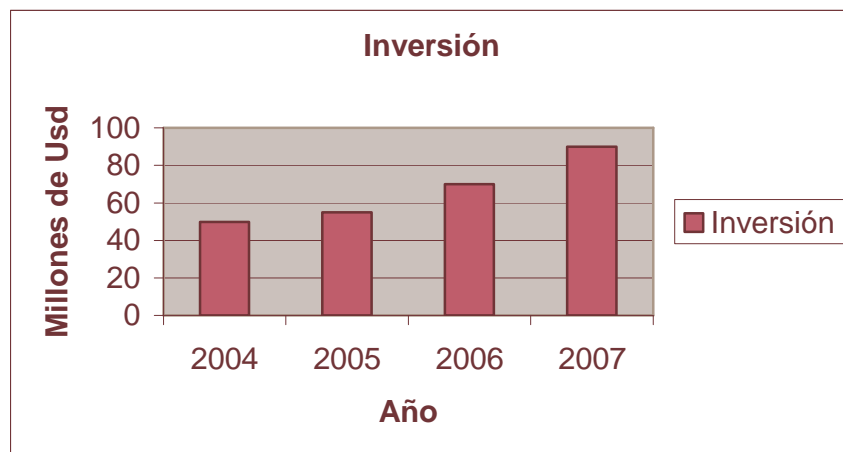
Para el año 2008 se proyecta la incorporación de nuevas tecnologías para la telefonía fija. Se podrán mandar mensajes de texto desde un teléfono fijo y acceder a la agenda del celular poniendo el chip de los móviles al teléfono fijo. Para lograr esto ANTEL planea cambiar los aparatos de todos los hogares y colocar nuevos.

Anteldata, prevé saltar de los actuales 130.000 usuarios de ADSL a 170.000 a fin de año y 250.000 a fines de 2008 para así seguir liderando un mercado en el que lo sigue de lejos la privada Dedicado. También invertirá Usd 11 millones en cuadruplicar el ancho de banda al exterior.

ANTEL también tiene previsto para este año, invertir Usd 16 millones en publicidad para mantener el liderazgo en los servicios de telefonía celular, fija y de banda ancha. El pliego de licitación es muy exigente, no sólo toma en cuenta, la estrategia de comunicación, los planes de medios y el mecanismo de evaluación del retorno publicitario propuestos, sino que también se busca que los oferentes presenten un staff permanente altamente calificado, experiencia en el manejo de cuentas de gran porte y la solidez financiera que le permita depositar en garantía un mínimo de Usd 200.000 durante el contrato.

Aparte de la inversión en publicidad que ANTEL tiene previsto para este año, también tiene planificado invertir Usd 90 millones en negocios claves, como ser, incrementar el respaldo de banda ancha, brindar nuevos servicios a través de la telefonía fija e instalar 100 radiobases para ampliar la cobertura celular. Esto permitirá que el negocio crezca aún más de lo que lo viene haciendo, por ejemplo, de 2 millones de mensajes de texto al mes se pasó a los 60 millones.

Esta meta de inversión para este año representa un incremento del 29% en el monto con respecto al año 2006. La evolución de dicha variable ha sido la siguiente: en el año 2004, 50 millones de Usd, en el año 2005 Usd 55, el 2006 Usd 70 y finalmente en el año 2007 Usd 90 millones de dólares es el monto de la inversión.



Fuente: elaboración propia

ANTEL maneja la posibilidad de salir al mercado de capitales en caso que el presupuesto no alcance para atender una sobredemanda en algún segmento de negocios. Llegaría al mercado a través de un fideicomiso y obligaciones negociables. Esto se da sobre todo porque ANTEL, en el mercado de telefonía celular, enfrenta una creciente competencia; lo que la ha llevado a pensar en una reorganización interna desde todo punto de vista, desde la revisión de los procesos, funciones, cargos y formas de trabajo hasta la implementación de la figura del Ejecutivo de Cuentas para que gestione la cartera de grandes clientes y salga al mercado a ofrecer las distintas líneas de negocios de ANTEL. La idea es darle a la empresa un enfoque más comercial que hasta ahora. En efecto, la competencia redundará en un beneficio para los consumidores. Tal es el caso de las rebajas de tarifas que se está llevando a cabo en este mes de Julio. Todo empezó con un anuncio televisivo de CTI Móvil donde se promueve una rebaja del 23% en sus servicios, y para esto utiliza una publicidad en la que, sutilmente, compara el nuevo precio con los de la competencia. Ésta no demoró en contraatacar: Movistar aseguró bajar sus tarifas hace dos semanas, en tanto Ancel lo hará el mes que viene.

Críticas:

Las críticas que han tenido mayor difusión pública han sido aquellas que recaen sobre la Administración anterior del Ente.

En respuesta al pedido de informes que realizara el Diputado de Asamblea Uruguay, José Mahía, se ha elaborado un documento por parte del actual Directorio de ANTEL de 67 páginas donde se responde sobre los gastos en funcionamiento del directorio y sus adscriptos, publicidad, donaciones y contratación de personal zafra y “guardahilos”.

El informe documento abarca el período comprendido entre el 1° de marzo de 2000 y el 1° de marzo de 2005.

En cuanto a las donaciones, algunas de las que más llaman la atención son, por ejemplo, una donación de Usd 17.350 para que se realizaran obras en la ex sede de Tanque Sisley, que hoy es el complejo de Sutel. Fue el sindicato justamente el que recibió la donación más importante en el quinquenio cerrado a marzo 2005.

El secretario del Gremio explicó que con ese dinero se compraron materiales para reformar el local que estaba en muy malas condiciones.

Como beneficiarias de las donaciones de ANTEL figuran las más diversas organizaciones públicas y privadas, desde embajadas hasta agrupaciones carnavales (Embajada de Israel, Yambo Kenia, Tronar de Tambores, Colegio Sagrada Familia, Juan XXIII, entre otros).

Los gastos en publicidad también son objeto de análisis. En el informe figura una lista de 953 empresas, organizaciones, asociaciones, reparticiones públicas y personas a las que ANTEL les pagó por concepto de publicidad, entre 2000 y 2005.

Entre éstas se encuentran, el Campeonato interescolar de Ajedrez, el coro de escribanos Notarius, Tenfield y las Hermanas Capuchinas.

Entre 2000 y 2003 el Arzobispado de Montevideo se hizo de Usd 15.175 que ANTEL le pagó por concepto de publicidad. A cambio de ese dinero tuvo presencia en una publicación de la Iglesia.

En 2000 la radio Onda Marina de La Paloma, Rocha, cobró Usd 34.000 por concepto de publicidad de ANTEL, más que los Usd 28.280 que Océano FM de Montevideo recibió en el mismo año. Esto genera dudas en cuanto a los criterios adoptados a la hora de promocionar la marca.

Los agentes “guardahilos” son aquellas personas encargadas del mantenimiento y la reparación de las líneas de abonados en localidades del interior. En el informe se hace referencia a que muchos de ellos fueron contratados “a dedo”, cuando se debería haber hecho un llamado público. Los salarios de estas personas oscilan entre los \$14.714 y los \$40.494.

Conclusiones:

El objetivo de este trabajo era tratar de responder a la pregunta, ¿La gestión de ANTEL en los últimos años, se puede evaluar como satisfactoria?

Considerando la “Gestión” desde diversos puntos, enfocada hacia el cliente, hacia la incorporación de tecnología y la gestión financiera entre otros.

La idea fundamental es contrastar la evidencia empírica con la idea que uno tiene a priori del desempeño eficiente de ANTEL y ver si una empresa pública puede hacerse cargo de un rubro tan dinámico como son las telecomunicaciones.

Con este objetivo se recabó información actualizada sobre los diferentes puntos en diferentes ámbitos. Se obtuvo mucha información en la página web de la empresa, la cual se encontraba de manera clara y accesible. También se intentó una búsqueda de información directamente en la Torre de las Telecomunicaciones pero la misma no dio resultados ya que en principio me derivaron para un sector que no era el que correspondía y luego por falta de tiempo, no pude seguir con mi “investigación” del sector correspondiente. Pero, igualmente, la información que se encontraba disponible en la web era muy completa.

Del análisis de la información recabada puedo concluir que se confirma la idea con la cual comencé el trabajo pero con algunos matices.

Por un lado se puede observar que aquellos argumentos que se manejaban por el año 1992, cuando se planteaba el tema de las privatizaciones de las empresas públicas (el cual quedó sin efecto a través del plebiscito), no eran válidos.

ANTEL ha demostrado, a lo largo de estos años, que es capaz de obtener superávit de varios millones de dólares, que es capaz de situar a nuestro país en los primeros lugares de América Latina en varios tipos de servicios como ser: el único país 100% digital, en

el servicio de telefonía celular Uruguay está segundo y respecto a Internet está primero, a nivel de América Latina.

También es la empresa pública que realiza mayores aportes a Rentas Generales, seguida de lejos por U.T.E..

Por lo tanto, en este sentido, se puede evaluar la gestión de ANTEL como muy positiva y eficiente pero hay otro aspecto que, por más que evolucione la tecnología, se mantiene estable en el tiempo, y es el continuo mal uso de los fondos públicos.

Sigue existiendo la discrecionalidad en el gasto. Esto queda en evidencia a través de la investigación que realizara el Diputado de Asamblea Uruguay.

Los fondos públicos no se manejan de manera eficiente y no se cumplen con las normas establecidas para la adjudicación de los mismos. Es el caso, por ejemplo, de la adjudicación de publicidad sin criterios profesionales, así como también de donaciones a diferentes instituciones. Continúa existiendo el “clientelismo” de Estado, las contrataciones por motivos políticos, que parecen un mal muy difícil de erradicar.

Es necesario legislar en este sentido, para de alguna manera tratar de limitar esta discrecionalidad y poder llevar un mayor control.

Con este gobierno se han realizado auditorias y varias investigaciones que han terminado en denuncias, incluso a nivel de la Justicia Penal.

Esto, desde mi punto de vista, es un gran avance, pero mientras los expedientes que contienen toda la información se archiven sin ninguna consecuencia para los responsables, es una señal de que aún queda mucho por hacer.

Bibliografía:

Antelium Julio 07

Constitución de la República

Decisiones Financieras – Pascale –

Ediciones correo socialista

Memoria anual Antel 05

Price WaterHouse Coopers

www.ancel.com.uy

www.antel.com.uy

www.anteldata.com.uy

www.diarioelpais.com.uy

www.larepublica.com.uy

www.observa.com.uy

www.presidencia.gub.uy

www.radioespectador.com.uy

- ANTEL -