

68
24.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS ARAGÓN

LA APERTURA COMERCIAL EN MÉXICO
DEL SERVICIO TELEFÓNICO DE LARGA
DISTANCIA A PARTIR DE 1997.

RADIOREPORTAJE

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO EN LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTA

VAZMÍN ALEJANDRINA MORA RUIZ

ASESORA DE LA TESIS:

LIC. ANGÉLICA LÓPEZ MATÍAS



San Juan de Aragón.

Invierno 1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mi esposo:

Héctor, sabes que eres mi amor y mi vida entera. Tú eres una de las personas a quien más le dedico mi tesis y mi carrera. Gracias por tu amor, tu apoyo y comprensión en todo momento. Gracias por estar siempre conmigo -en las buenas y en las malas-. Poco a poco vamos realizando nuestros sueños. Uno de ellos lo tenemos frente a nosotros.

Ahora te toca a ti. ¡Vamos por la otra tesis! Hazlo por nuestro bebé.

Te amo, hoy y siempre.

A mis padres:

Principalmente quiero agradecerles su amor y comprensión hacia mi persona. Gracias a ellos he logrado una meta más en mi largo andar por la vida. Me gustaría imprimir en este pequeño papel todo mi amor hacia ustedes: hacia mi mamá y mi papá.

Sé que la vida no ha sido fácil para ninguno de nosotros, sin embargo estando unidos -como hasta ahora- todos podremos salir triunfantes. Yo también les digo: ¡Ánimo!

¡Gracias! Los amo.

A mis hermanos:

Riquis:

Porque has sido mi fuente de inspiración. Porque eres el mejor hermano que cualquier persona desearía tener, y yo lo tengo. Gracias por tu amor y tu apoyo hacia mí.

¡Sigue adelante!

¡Gracias! Te quiero mucho.

Edwing:

Tú que eres el pequeño de la familia, espero que el ejemplo de mis papás, de Riquis y ahora el mío te sirvan para que logres tus metas más ambiciosas. Sean las que fueren, ¡lucha por ellas! Tienes toda una vida de oportunidades y de retos. ¡Aprovéchalos!

Te quiero mucho.

A mis abuelitos:

Atala t:

Espero que allá donde te encuentres puedas sentir tú también toda esta emoción que siento en esta nueva meta de mi vida. Por favor cuidanos a todos.

Te extraño mucho.

Pépe:

Te admiro por ser una persona culta. Espero llegar a ser como tú, en ese sentido.

Chelita:

La vida da muchas vueltas y hay que ser fuerte para superar todos los obstáculos impuestos. Tú los has sabido confrontar y por eso te admiro. Sé fuerte.

Gracias por tu amor. Te quiero mucho.

Ricardo t:

Desde el lugar en donde descansas sé que estas orgulloso de nosotros, de todos tus nietos. Esta tesis también va por ti y por mis demás abuelitos.

¡Hasta pronto! Te extraño mucho.

A Sammantha y Atala:

Porque ustedes han sido mis hermanas y amigas desde niña. Me gustaría que tomarán ésta como una meta también para ustedes.

¡Sigán adelante! Las quiero mucho a ambas.

A mis tíos, primos y sobrinos:

A todos ellos porque son mi familia y me han visto ir paso a paso. A mis primos y sobrinos pequeños me gustaría que este trabajo, con el cual culmina una etapa de mi vida, fuera un ejemplo a seguir por todos ustedes. Solamente se necesitan muchas ganas de superarse.

¡Suerte! Los quiero mucho a todos.

Y gracias a toda la gente:

Que vio en este trabajo un buen proyecto para continuarlo y concluirlo a buen término.

Sobre todo: ¡gracias a Dios!

Í N D I C E

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I. LA APERTURA COMERCIAL DEL SERVICIO TELEFÓNICO DE LARGA DISTANCIA EN MEXICO	11
1.1. Desarrollo del servicio telefónico en México	12
1.2. La privatización de Telefonos de México	16
1.2.1. Telmex y su nuevo Título de Concesión	17
1.2.2. La nueva empresa privada	21
1.3. Aprobación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones	24
1.4. Comienzan las concesiones para telefonía de larga distancia	27
CAPÍTULO II. CONOCIENDO A LA COMPETENCIA	30
2.1. Avantel: "Seremos los principales competidores de Telmex"	31
2.1.1. Su proyecto: Una meta clara	33
2.1.2. Los empleos	34
2.2. Alestra-Unicom: Un nombre para no olvidar	35
2.2.1. Alestra o mejor dicho: AT&T	35
2.2.2. Plan de negocios	36
2.2.3. Unicom: La frustración	37
2.2.4. La nueva unión: Alestra-Unicom	38
2.3. Iusatel: En la pelea	40
2.3.1. Iusatel y su proyecto	40
2.4. Marcatel: Sin complejos	41
2.4.1. Su proyecto: Mas con menos	42
2.5. Investcom: La experiencia en <i>Trunking</i>	43
2.6. Las otras empresas telefónicas	44
2.6.1. Cableados y Sistemas	44
2.6.2. Midtel	45
2.6.3. PCM Comunicaciones	46
CAPÍTULO III. LA VERDAD DE LA APERTURA COMERCIAL	48
3.1. Comienza la guerra por el mercado	49
3.2. ¿Quiénes utilizamos el servicio de larga distancia?	53
3.3. Ventajas y desventajas de la apertura telefónica	56
3.4. ¿A quién contratar?	57

CAPÍTULO II. UNA VISIÓN AL FUTURO	60
4.1. El futuro de Teléfonos de México	61
4.2. ¿Qué pasará con la competencia?	63
4.3. Los usuarios y el nuevo cambio	65
..	
CAPÍTULO V. PROYECTO DE SERIE RADIOFÓNICA. Telecomunicaciones. La nueva era.	68
5.1. Programa	69
5.2. Justificación	69
5.3. Objetivos	69
5.3.1. Generales	69
5.3.2. Particulares	70
5.4. Antecedentes	70
5.5. Temporalidad	71
5.6. Modalidad de producción	71
5.7. Género radiofónico	71
5.8. Público meta	71
5.9. Estructura	72
5.10. Reloj de producción	73
5.11. Cronograma	73
5.12. Recursos humanos	75
5.13. Requerimientos materiales	75
CAPÍTULO VI. GUIÓN TÉCNICO. Telecomunicaciones. La nueva era.	77
CONCLUSIONES	102
FUENTES	106

INTRODUCCIÓN

La primera conferencia de larga distancia que se registró en México, en el año 1878, fue la efectuada entre dos miembros de las comisarías de la capital del país y Tlalpan. Esta entrada al territorio nacional del servicio telefónico marcó una de las etapas más importantes en el desarrollo social de la población en todos sus componentes.

Con el paso del tiempo, dicha industria se convirtió en la columna vertebral de la comunicación por sus características que debieran proporcionar grandes ventajas a los usuarios; sin embargo, la concentración monopólica del servicio retrasó su crecimiento y desarrollo aglutinando en sus adentros una serie de vicios afines al sistema burocrático estatal.

Gran parte de la población mexicana ha sufrido durante años el mal servicio que ofrece la única empresa prestadora del servicio telefónico -Teléfonos de México-, aún después de su privatización; quien se ha creado una enorme fama por su deficiencia, poca calidad, además de su alto costo para la adquisición de una línea telefónica (México se encuentra entre los países más caros para adquirir una línea de teléfono), y por la renta. No por nada se encuentra en el primer lugar de quejas en la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

El año de 1994 marca la fecha cuando es reformado el Artículo 28, párrafo cuarto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y se permite la participación de la iniciativa privada en sectores estratégicos para la nación; entre ellos se encontraban las telecomunicaciones. Cabe destacar en este sentido que el Estado seguirá siendo el rector y supervisor de dicho sector, esto es, no está vendiendo, está concesionando.

Posteriormente, es aprobada la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones que sustituye a la antigua Ley de Vías Generales de Comunicaciones. La Ley señala como principal premisa que el servicio telefónico de larga distancia nacional e internacional podrá ser ofrecido por empresas privadas con capital nacional y extranjero sin rebasar el 49 por ciento este último, servicio que dejará de ser exclusividad de Telmex a partir de enero de 1997 cuando las empresas competidoras puedan interconectarse a la red del gigante monopólico.

La importancia de contar con una línea telefónica en la actualidad es vital, puesto que es indispensable mantenernos comunicados tanto en el marco empresarial y comercial, como en el informativo y desde luego, en el familiar. Aunado a lo anterior, el futuro de los medios de comunicación dependerá en gran medida del buen servicio que se ofrezca en la larga distancia. Un ejemplo de lo anterior es la entrada del Internet a la vida productiva de la sociedad mexicana, quienes tendrán que contar con una alta calidad del servicio de telefonía para poder utilizar esta nueva tecnología.

Por todo lo anterior, nace la idea de plasmar en un reportaje radiofónico los beneficios que conllevará esta nueva apertura telefónica a la población, misma que se encuentra cansada del mal servicio que por décadas ha tenido que soportar por no existir otra alternativa de telefonía. Estas deficiencias contrastan con las altas tarifas impuestas por el monopolio Telmex, quien además, ha ofrecido una pésima calidad en su labor y poco "oído" a los reclamos de la ciudadanía; tanto de las grandes urbes como de las pequeñas poblaciones y rancherías, que no pocas veces han tenido que recorrer largos trayectos para llegar a un teléfono en funcionamiento con el fin de comunicarse con sus familiares que se encuentran en otros lugares del territorio nacional o, incluso, en el extranjero. En este segmento poblacional vemos acentuada la carencia del servicio telefónico.

La batalla que se comienza a gestar entre las empresas que ya cuentan con su título de concesión, documento indispensable para poder ofrecer el servicio de larga distancia nacional e internacional (Avantel, Alestra-Unicom, Marcatel, Iusatel, Investcom, Sistemas y Cableados y Miditel), buscarán una rebanada del jugoso pastel del cual Telmex aún es el único invitado a la fiesta. Esta batalla redundará en beneficios a la población mexicana, como en una mejor calidad en el servicio, más y mejores líneas telefónicas y, sobre todo, la reducción de las tarifas.

El presente trabajo de investigación analiza el hecho de que si a consecuencia de la apertura telefónica en la larga distancia, los habitantes de esta nación obtendremos beneficios reales como los señalados anteriormente.

Para llegar a tal objetivo, la investigación se divide en cuatro capítulos. El primero de ellos expone el desarrollo de la telefonía en nuestro país, la historia de Teléfonos de México hasta su privatización, así como la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y, finalmente, el cómo se otorgaron las concesiones para las empresas que deseaban participar en el servicio telefónico de larga distancia.

Dentro del segundo capítulo se dan a conocer detalladamente los nuevos operadores o *carriers* que comenzarán a ofrecer sus servicios unos en agosto de 1996 (Avantel, Alestra e Iusatel), y los restantes en enero del próximo año, cuando de manera obligatoria Telmex tendrá que interconectarlos a su red de fibra óptica para dar el servicio.

El tercer capítulo analiza la verdad de la apertura comercial; es decir, plasma de forma por demás detallada, la guerra que comienza a vislumbrarse entre Telmex y su competidores, los verdaderos beneficiados por este cambio en las telecomunicaciones de nuestro país; asimismo, las ventajas y desventajas de la apertura comercial y cuál es la mejor empresa para contratar el servicio.

Finalmente, el último capítulo nos muestra una visión muy particular de lo que será el futuro Teléfonos de México y de las empresas concesionadas. Además de las opiniones de los usuarios y el nuevo cambio.

Como se puede apreciar, éste trata de ser un trabajo innovador en la apertura del nuevo milenio de las telecomunicaciones. Esperemos que resulte interesante para el lector.

CAPÍTULO I

***LA APERTURA COMERCIAL DEL SERVICIO TELEFÓNICO DE
LARGA DISTANCIA EN MÉXICO.***

La cabal comprensión de la apertura comercial del servicio de larga distancia en nuestro país, debe ser iniciada a partir de estudiar el proceso de privatización de Teléfonos de México y, más aún, una reseña histórica del desarrollo telefónico en México. Asimismo, de analizar el proceso de privatización de dicha empresa, su licitación y venta, su Título de concesión, el significado y los efectos de la privatización.

1.1. Desarrollo del servicio telefónico en México.

La invención del teléfono en el mundo marcó una nueva era para los países industrializados y, en una proporción menor pero igualmente importante, para aquellas sociedades menos avanzadas.

En México, dos años después de que Alejandro Graham Bell inventara el teléfono, se realizó la primera conferencia telefónica entre la ciudad de México y Tlalpan el 13 de marzo de 1878. Sin embargo, no fue sino hasta 1882 cuando se inició formalmente el servicio telefónico en México con la participación de la Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana de capital norteamericano.¹ Seis años después la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas otorgó la primera concesión a esta empresa para la prestación del servicio de telefonía en el país.

Para el año de 1907 entró en operación otra compañía telefónica, esta fue la Empresa Mexicana de Teléfonos Ericsson de origen sueco. En 1936 el gobierno mexicano decidió transformar la red nacional de telefonía, fusionándose diez años después, las dos principales empresas prestadoras del servicio.

Finalmente, el 23 de diciembre de 1947 se constituyó formalmente Teléfonos de México, S.A., empresa conformada por Corporación Continental con el 51.24 por ciento de las acciones (capital estadounidense); la sueca Ericsson, con 48.75 por ciento, además de tres empresarios mexicanos con 0.05 por ciento de las acciones. En esta época, Teléfonos de México atendería un sistema telefónico que ya contaba con 139 mil aparatos.²

El 1 de mayo de 1950, tres años después, se consolidó Telmex como la principal empresa telefónica de México, y para el año de 1958 se concluyó el proceso de mexicanización cuando un grupo de empresarios, encabezados por Carlos Trouyet, adquieren las acciones de la mencionada compañía que se encontraban en manos de extranjeros. Dos años antes -1956- apareció un Reglamento de prioridades, en el cual se incluía que los nuevos abonados comprarán acciones y obligaciones de Teléfonos de México a cambio de ello se

¹ Freddy Roman Medina. *Las telecomunicaciones en México, a través del caso de Teléfonos de México*. Estudios monográficos de la ENEP Aragón, UNAM, abril de 1988, p.8.

² *Ibidem*, p.9.

les daría prioridad en la instalación del servicio. Lo anterior explica el enorme crecimiento en el número de acciones de la compañía; dicho Reglamento fue abalado en 1990.

La década de los sesenta representó para México nuevas posibilidades de comunicación global como parte del acelerado desarrollo tecnológico: primero, en el año de 1963, el viaje del entonces presidente Adolfo López Mateos a Europa y el lanzamiento del astronauta Gordon Cooper al espacio, fueron vistos por miles de mexicanos en vivo a través de la red federal de microondas; entre 1965 y 1968, en preparación para las transmisiones de los Juegos Olímpicos, se instaló el servicio Lada a nivel nacional, en 1969 se realizó la primera transmisión desde la luna.

El 8 de agosto de 1972 el gobierno del presidente Luis Echeverría decide suscribir el 51 por ciento de las acciones de la empresa; a partir de esta fecha el Consejo es presidido por el Secretario de Comunicaciones y Transportes en turno³. En 1978 se constituye una empresa filial de Telmex: Teléfonos del Noroeste, quien recibió la concesión para ofrecer el servicio en el noroeste de Sonora y en Baja California.

El servicio de Lada 800 aparece en México a partir de 1988; en este mismo año, se realizó la primera videoconferencia electrónica por la nueva Red Digital Integrada (RDI)⁴, la cual ya se había instalado desde 1979 en Tláhuac, y al año siguiente, la segunda, en Tijuana. Dicha red digital se encuentra incorporada a la red de telefonía tradicional.

Desde que Teléfonos de México se convirtió en una empresa paraestatal (1972), fue evidente el rezago de la atención a la demanda pública, un ejemplo de lo anterior podemos identificarlo en la década de los setenta, en la cual el crecimiento de la tasa promedio de su red telefónica había sido del 12 por ciento anual, mientras que en el periodo 1983-88 cayó al 6 por ciento anual. En lo referente a la telefonía rural, solo se cubría el 30 por ciento de las poblaciones entre 500 y 2,500 habitantes, asimismo, el número de teléfonos públicos era de 40 mil, mientras que la población ascendía alrededor de 80 millones de mexicanos.⁵

Uno de los grandes problemas que enfrentó Teléfonos de México al pasar a ser una empresa gubernamental fue que a partir de la crisis económica (1982), se limitaron los recursos de inversión del sector, a esto se lo añade una serie de problemas estructurales característicos de las empresas a manos del Estado: regulación inadecuada, baja calidad del servicio, marco laboral y administrativo

³ Gabriel Székely, *Teléfonos de México, una empresa privada*, p. 47.

⁴ *Red Digital Integrada (RDI)*. Es una red de comunicaciones propuesta por compañías telefónicas para lograr que las redes de teléfono transmitan datos, voz y video.

⁵ Datos tomados del Informe Anual 1988 de Teléfonos de México, p. 13.

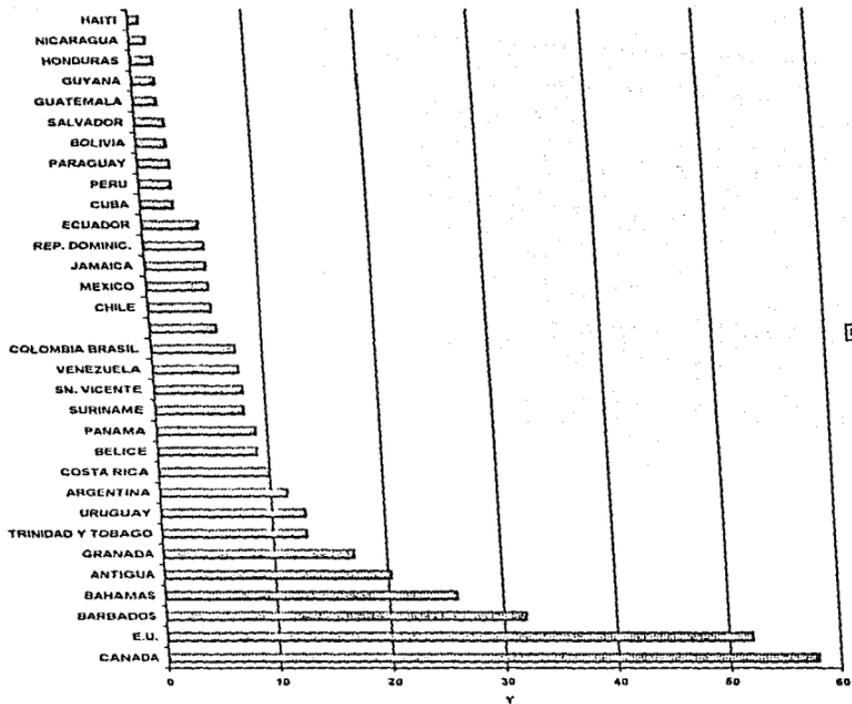
complejo, así como las comunes distorsiones en su estructura tarifaria y fiscal y la restricción de presupuesto. Todo esto vino a pensar en una transformación estructural de Telmex, puesto que, como en todo monopolio estatal, los usuarios no son más que un consumidor de los servicios gubernamentales, y aún cuando los empleados quisieran satisfacer las demandas del público, tenían que responder primeramente a sus superiores en el gobierno y no al mercado.

Tomando en cuenta los datos proporcionados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones de las Américas en un documento emitido en 1990⁶ podemos observar el bajo índice de líneas telefónicas existentes en México en ese año. En general, el país contaba con 5,2 millones de líneas en contraposición con las más de 12 millones de Trinidad y Tobago y con las 135 millones de líneas telefónicas de Estados Unidos. (Ver gráfica 1).

Durante el verano de 1982 se marcó el fin del llamado "milagro mexicano" cuando el entonces titular de la Secretaría de Hacienda, Jesús Silva Herzog, informó de la incapacidad del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado para cumplir con los compromisos de la deuda externa, a partir de esta fecha la crisis financiera provocó el desequilibrio en los mercados financieros internacionales.

Para Carlos Salinas de Gortari, sucesor de De la Madrid, su principal política económica era la privatización de las empresas dependientes del gobierno, pues según Salinas la venta de dichas dependencias permitiría eliminar gastos y subsidios no justificables, canalizar los recursos del sector público a puntos estratégicos y prioritarios, además de fortalecer las finanzas públicas disminuyendo el tamaño de su estructura y promover la productividad de la economía pasando al sector privado las actividades empresariales. Es en este punto donde Teléfonos de México obtiene especial interés por parte de los inversionistas.

⁶ *Unión Internacional de Telecomunicaciones de las Américas, 1990. Proporcionado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.*



Gráfica 1. Líneas telefónicas por cada 100 habitantes en el continente americano, 1990.

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones. Indicadores de Telecomunicaciones de las Américas, 1990.

1.2. La privatización de Teléfonos de México.

El 18 de septiembre de 1989 es el día crucial para Telmex: el presidente de la República, Carlos Salinas, anuncia la decisión del Estado por vender sus acciones de la empresa telefónica. Los objetivos perseguidos durante esta privatización eran:

- Garantizar que el Estado mantuviera la rectoría de las telecomunicaciones del país.
- Mejorar radicalmente el servicio telefónico a los ciudadanos.
- Garantizar los derechos de los trabajadores.
- Expandir el sistema telefónico.
- Realizar investigación científica y tecnológica para fortalecer la soberanía del país.
- Permanecer bajo el control mayoritario de mexicanos ⁷

Es así que a partir de esta fecha Telmex entró en una total reestructuración. En una primera etapa del proceso de privatización, se instaló el Consejo de Administración de Teléfonos de México encabezado por el secretario de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo, junto con el secretario del Trabajo, Arsenio Farrell. En una segunda etapa, la empresa telefónica quedó bajo el control de Pedro Aspe, titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Durante esta etapa se revisaron varios puntos importantes. Entre ellos destaca el que una gran parte de la deuda de Teléfonos con compañías extranjeras, fue intercambiado en 1990 por deuda con el gobierno mexicano, cabe destacar que al año siguiente Telmex retiró del gobierno gran parte de esta deuda.

Uno de los acuerdos más difíciles de definir en el proceso de privatización fue el garantizar el control administrativo de la empresa por parte de mexicanos. Representaba un gran problema hallar un grupo que contara con el 51 por ciento del capital social para poder ser accionista mayoritario, tal y como lo estipula la Ley (este porcentaje representaba aproximadamente 4 mil millones de dólares). La solución al conflicto fue la formulación de un esquema⁸ que permitía el control con sólo el 20.4 por ciento de las acciones y el restante por inversión extranjera.

El gobierno mexicano decidió integrar a Teléfonos de México en dos tipos de acciones; esto es, la de tipo "AA", la cual constituía el 51 por ciento del capital y sólo podía ser operada por el gobierno; sin embargo, en julio de 1990, se permitió que cualquier persona física o moral podía adquirirla. El otro tipo de serie era la del tipo "A", esta tenía los mismos derechos y era de suscripción libre, pero constituía el 49 por ciento. En este mismo año, se instaló una nueva forma de

⁷ Gabriel Székely. *Op. cit.*, p. 54

⁸ Como la presente investigación no ha pretendido ser un trabajo netamente técnico -sólo en los casos necesarios-, se explicará lo más coloquial posible el esquema de trabajo utilizado para la licitación de la empresa telefónica.

adquirir acciones: la "L", de voto limitado. Fue así como quedó integrada la nueva estructura de capital. A continuación se describe dicha estructura, según lo indica Gabriel Székely en su libro *Teléfonos de México: una empresa privada*:

- o "El 20.4 por ciento de acciones "AA" que representan el 51 por ciento de las acciones comunes, que tienen derecho a voto y que constituyen como paquete el control de la empresa. Puesto que el control tenía que permanecer en manos de mexicanos, éstos debían adquirir al menos el 10.4 por ciento del total de las acciones "AA". Empresarios extranjeros asociados con los mexicanos podían adquirir hasta el 10 por ciento de este paquete de acciones.
- o El 19.6 por ciento de acciones "A", que corresponden al 49 por ciento restante de las acciones comunes, que tienen también derecho a voto y que no incluyen ninguna restricción en su tenencia.
- o El 60 por ciento de acciones "L", que podrían ser adquiridas por mexicanos y extranjeros que gozarían sólo del derecho a voto limitado".⁹

A partir del proceso de reestructuración administrativa de Teléfonos, comenzado desde 1987, se llegó al preámbulo para que los inversionistas nacionales y extranjeros pudieran analizar a detalle las normas establecidas por el gobierno para comprar y operar la empresa.

1.2.1. Teléfonos de México y su nuevo título de concesión.

La concesión, que sería otorgada para la prestación del servicio telefónico por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en el año de 1990, tenía como principal condición mejorar el servicio, además de impulsar el acelerado crecimiento y modernización de la red de telefonía.

Cabe destacar que en el año de 1990 se modificó el Título de concesión de Telmex; entre los cambios efectuados a dicho título destacan la política para prohibir las prácticas monopolísticas y los subsidios cruzados que podría ofrecer la empresa, principalmente entre el servicio de telefonía básica y el servicio de larga distancia internacional.

Otro de los puntos contenidos en el título de concesión era el sistema de regulación de tarifas. Aunque ya se había realizado el ajuste tarifario, aún persistían los subsidios cruzados. Se estableció un periodo de seis años para ajustar las tarifas de acuerdo con los costos reales. Asimismo, se modificaron los 30 años otorgados de concesión, extendiéndose hasta el año 2026 con prórroga de 15 más. Dentro de esos años se podrá proporcionar el servicio público local ya sea de voz, datos, sonido, texto y video, así como los servicios de larga distancia nacional e internacional y el servicio de telefonía básica. La conducción de

⁹ Gabriel Székely, *Op.cit.*, p. 50.

señales incluirá los circuitos privados y la renta de líneas. Es importante mencionar que en el título de concesión no se incluía la explotación comercial de los servicios derivados de la conducción de señales de televisión o de satélite.

Las metas de la concesión, como ya se mencionó, eran ofrecer una mayor calidad del servicio. Esta se registraría a través de porcentajes que incluían niveles máximo de líneas con fallas, la rapidez de reparación, plazos máximos para la instalación de líneas y circuitos privados y un tiempo de espera casi inmediato para la comunicación. A continuación se presentan las principales condiciones y metas de la Concesión de Teléfonos de México:

Principales condiciones y metas de la concesión de Teléfonos de México

- A partir de 1995, la empresa se comprometa a atender cualquier solicitud para la instalación en un plazo máximo de 6 meses, disminuir en un mes dicho plazo por cada año sucesivo hasta el año 2000, en el cual el plazo máximo para la instalación será de un mes.
- Ofrecer el servicio de telefonía básica con conmutación automática en todas las poblaciones del país con más de 5 mil habitantes, antes del 31 de diciembre de 1994.
- Un programa de expansión y modernización de la red telefónica para el servicio local y de larga distancia, cuyos alcances se redefinirán cada 4 años con las autoridades; en particular, expandir el número de líneas telefónicas a una tasa anual promedio del 12 por ciento de 1991 a 1994.
- Entre 1991 y 1994, instalar servicio telefónico en todas las poblaciones con más de 2 500 habitantes en un plazo no mayor de 18 meses, cuando se presenten un mínimo de 100 solicitudes. A partir de 1995, cuando se presente un mínimo de 100 solicitudes en cualquier población.
- Aumentar la densidad de casetas públicas de 0.5 en 1990 a 2.0 por cada mil habitantes, a más tardar el 31 de diciembre de 1994, y a 5.0 por cada mil habitantes antes de finalizar 1998.
- Lograr que todas las poblaciones del país con más de 500 habitantes tengan acceso al servicio telefónico, por lo menos mediante una caseta pública, o una agencia de servicio de larga distancia, antes del 31 de diciembre de 1994.
- Cumplir con un conjunto de normas para evaluar la calidad y la continuidad de servicio que presta la empresa (por ejemplo, el tiempo que tarda la reparación de líneas que no funcionan; o la atención efectiva de las operadoras)

Cuadro 2. Concesión de Teléfonos de México

Fuente: Diario Oficial de la Federación, enero de 1990, p 63

Ya dentro del proceso de licitación -o de venta- de la empresa telefónica, la Secretaría de Hacienda creó una instancia dedicada exclusivamente a la venta de las empresas públicas (recordemos que en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari se efectuó el mayor número de desincorporaciones de empresas gubernamentales).

Dicha Secretaría nombró a Jacques Rogozinski Jefe de la Unidad de Desincorporación el 14 de enero de 1990, quien coordinó el proceso de privatización de Telmex. Asimismo, el Banco Internacional sería el agente encargado de las finanzas de la operación. Tanto Raúl Solís, director de

Ingeniería Financiera del Banco Internacional, como Alfredo Pérez de Mendoza, director de Planeación de Teléfonos fueron los encargados de coordinar las visitas de los empresarios mexicanos y extranjeros interesados en la adquisición de dicha empresa.

El proceso se llevó en dos partes: en la primera fase se vendió el 20.4 por ciento de las acciones "AA" a través de una licitación pública y el 4.4 por ciento del capital social de acciones "A" se lo llevaron los trabajadores. La segunda etapa consistió en colocar las acciones tipo "L" en la Bolsa de Valores para que inversionistas nacionales y extranjeros pudieran adquirir otra parte.

Habían transcurrido 15 meses desde la publicación de la venta, cuando en diciembre de 1990 fue anunciado al Grupo Carso, encabezado por el empresario Carlos Slim Helú, como el ganador de las acciones "AA", de un total de 22 empresas que calificaron para la licitación, por un total de 1 757.6 millones de dólares; 4.2 por ciento arriba de la segunda postura. Grupo Carso tenía como socios tecnológicos a las empresas Southwestern Bell y France Cable et Radio.

Para la colocación de las acciones "L" se tuvieron que realizar algunas modificaciones jurídicas en los títulos y en la estructura de la contabilidad de Telmex con la finalidad de hacerlos compatibles a las prácticas internacionales.

Al finalizar las colocaciones, en mayo de 1992, entre el público se obtuvieron un total de 6 150 millones de dólares, de los cuales 475 millones fueron pagados por Southwestern Bell, empresa que obtuvo la opción de comprar el 5 por ciento de este tipo de acciones que el Gobierno Federal ofreció a la compañía ganadora de la licitación.

Con esto no terminó la adquisición de millonarias sumas de capital hacia la administración de Salinas de Gortari. En mayo de 1994, el gobierno recibió recursos adicionales vía venta de un bono convertible; éste sería pagado en el futuro con acciones, además el bono incluye acciones que están generando intereses para los inversionistas.

**Resultados obtenidos a partir de la desincorporación de Teléfonos de México
(millones de pesos)¹⁰**

Etapa	Fecha	Primera Monto de la operación	Adquiere
Acciones "A"	diciembre 1990	855 167.5	Trabajadores de Telmex, Carso, Southwestern Bell y France Cable et Radio.
Acciones "AA"	diciembre 1990	5'171 216.0	
		Segunda Acciones "L"	
1ra oferta pública	mayo 1991	6'818 006 0	Público inversionista del mundo. Carso, Southwestern Bell y France Cable et Radio. Público inversionista del mundo.
Opción de compra	septiembre-octubre 1991	1'454 078 0	
2da oferta pública	mayo 1992	4'212 736 2	

Cuadro 3. Desincorporación de Teléfonos de México.

Cabe cuestionarse, después de realizar la suma del total de la venta de Teléfonos de México -\$18'611 204.4-, ¿en manos de quién ha quedado este capital?, ¿qué se ha hecho con él?, ¿qué hemos obtenido los mexicanos? En fin, respuestas tal vez no las conozcamos nunca.

¿Cuál es el significado real de la venta de Teléfonos de México siendo que es un sector rentable para el gobierno? y ¿Por qué se creó un monopolio privado siendo que sólo sería durante seis años? Estas fueron cuestiones y discusiones que surgieron a partir de la privatización de la telefónica por diversos grupos sociales y políticos nacionales.

En un análisis un tanto somero es posible señalar, tomando en cuenta la respuesta oficial a la primera pregunta, que el Estado era incapaz de invertir una suma suficiente para sufragar las necesidades de la empresa, es decir, no tenía los recursos necesarios para tal efecto. Sin embargo, podemos decir que este argumento no es otra cosa que una salida diplomática a la controversial implantación de un esquema neoliberal, cuyo pilar principal es el Libre Mercado y, por consecuencia, la no intervención del Estado como un agente decisor en la economía.

En lo referente a la segunda cuestión y sin afán de parecer tendencioso este juicio, la decisión de crear con la venta un monopolio privado, responde más a una medida proteccionista pagada con un alto costo por los adquirentes para desarrollar su estructura y plataforma tecnológica, que una escaramuza política; de tal suerte que al aperturar el mercado de la telefonía, Telmex no estuviese en desventaja frente a sus competidores, quienes tienen en su haber gran experiencia e infraestructura tecnológica a nivel mundial.

¹⁰ Jacques Rogozinski. *La privatización de empresas paraestatales* p. 81

El día culminante de todo el proceso de licitación es el 19 de diciembre de 1990, cuando se anuncia oficialmente al Grupo Carso, S.A. como el ganador. Juan Antonio Pérez Simón toma posesión, diez días después, como Director General de Teléfonos de México. Es así que a partir de esta fecha Telmex ofrece los servicios de telefonía pública de forma privada.

1.2.2.. La nueva empresa privada.

El día en que Teléfonos de México pasa a ser una empresa privada, ciertamente no se encontraba en sus mejores años, aún cuando el gobierno trató de ponerla "lo más presentable posible". Jaime Chico Pardo, actual director general de la compañía, dijo en una entrevista que su primer reto al adquirirla fue el ampliar su capacidad de servicio y modernizar la infraestructura. "El equipo heredado era de museo", señaló. A esto se dedicaron los primeros cuatro años.

En el título de concesión se estipula que Telmex debe llegar a 20 líneas por cada 100 habitantes. Sin embargo, actualmente la densidad en nuestro país es de 9.7 líneas de teléfonos por cada 100 habitantes, muy por debajo aún de lo deseado. La firma enlaza hoy día a 20,554 poblaciones a través de poco más de 8.8 millones de líneas telefónicas, mismas que en 1990 se encontraban en 5.3 millones de líneas en servicio, esto es un crecimiento del 64.4 por ciento de la red telefónica, 10 por ciento más por arriba de la meta del Título de concesión.

En el periodo 1991-94 la nueva empresa privada se dedicó a modernizar los sistemas de larga distancia mediante la construcción de una extensa red terrestre de fibra óptica que comunica a las 56 ciudades más importantes de la República Mexicana, esto es 33 mil kilómetros de fibra óptica para 1996. En 1994 se instalaron 1,420 nuevas posiciones digitales para operadora de larga distancia distribuidas en 39 Centros Operativos. En diciembre del mismo año comenzó a operar el sistema de cable transoceánico "Columbus II", el cual consiste en enlazar a nuestro país, Centro y Sudamérica, al Caribe y a los Estados Unidos de Norteamérica con Europa y el resto del planeta.

La sustitución de las líneas analógicas por tecnología digital, que pasó de 29 por ciento en 1990 a 87.6 por ciento al finalizar 1995 y de la instalación al 100 por ciento de la digitalización de la Ciudad de México el 30 de mayo pasado, han permitido proporcionar servicios avanzados de conmutación, rapidez y calidad en las transmisiones, servicios de red digital integrada, así como acceso a la supercarretera de la información, redes ópticas flexibles y servicios de valor agregado.

Durante el año de 1994 se incorporaron al sistema telefónico todas las poblaciones rurales con más de 500 habitantes, y se automatizó dicho servicio en las poblaciones con más de 5 mil habitantes.

Para 1995 la telefonía pública cuenta con poco menos de 250 mil aparatos en servicio en todo el territorio nacional, en 1990 sólo había 79, 608 aparato públicos.

Diversos programas se han venido instrumentado para la integración, control, supervisión y optimización de las redes y servicios, tanto en la telefonía local como la de larga distancia; así tenemos, por ejemplo, el centro de administración de la red (CAR) en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey; el Centro Nacional de Supervisión de la Red de Larga Distancia, ubicado en la Ciudad de Querétaro; el Sistema Automatizado de Reportes 05 en la capital del país; además en 1995, se realizó el lanzamiento de nuevos servicios y productos como la tarjeta telefónica TELCARD; por mencionar algunos ejemplos.

A pesar de lo explicado anteriormente, Teléfonos de México aún se encuentra en los primeros lugares de quejas ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). Se sabe que la empresa ha invertido montos importantes de capital para la instalación de centros automatizados de atención al público y, sin embargo, la lista de quejas es interminable con respecto a la baja calidad en el servicio. Los usuarios no podemos concebir que tengamos que esperar meses para la instalación de una línea telefónica, o el de esperar varias semanas para que se repare una línea que ha fallado.

No hay credibilidad por parte del público usuario con respecto a los informes o campañas publicitarias que señalan que se han cumplido las metas de la concesión otorgada. Para mencionar algunos ejemplos, diremos que a pesar del incremento considerable en la instalación de casetas telefónicas, muchas están descompuestas la mayor parte del tiempo, numerosos clientes se quejan, también, de que no les contestan las operadoras antes de diez segundos, no reciben el tono de marcar antes de cuatro segundos, o no logran completar sus llamadas de larga distancia o local al primer intento, disposiciones que se incluye en la concesión.

Funcionarios de la empresa Southwestern Bell, socia tecnológica de Telmex, consideran que tomando en cuenta los enormes problemas de donde comenzaron (1991), las grandes inversiones que suman anualmente entre 11,800 y 12,800 millones de pesos, el esfuerzo para satisfacer a los clientes será palpable dentro de dos a cuatro años más.

Por otro lado, los ingresos de Teléfonos entre 1991 y 1994 fueron de 32,008 a 44,395 millones de pesos, y las utilidades nunca habían bajado de 11 mil millones de pesos. En 1995 las cosas cambiaron para Telmex ha consecuencia del llamado "error de diciembre", los ingresos cayeron a poco más de 41 mil millones de pesos, las utilidades a 9,307 millones y la inversión menos a 8,500 millones de pesos (Ver cuadro 4)

INGRESOS DE TELÉFONOS DE MEXICO

	1995	1994	1993	1992	1991
Ingresos totales	41,679	44,395	40,023	36,381	32,008
Costos y gastos totales	26,641	25,512	23,296	20,591	18,033
Utilidad de operación	15,038	18,883	16,727	15,790	13,975
Utilidad Neta	9,307	11,974	14,647	14,014	13,741
Activos Totales	101,643	114,343	86,063	76,513	73,587
Deuda Total	16,472	16,059	11,664	11,374	12,760
Capital Contable	79,026	83,952	60,273	54,399	47,842
Deuda Total/Capitalización (%)	17.2	16.1	16.2	17.3	21.1
Inversión Anual Neta	8,472	12,849	11,529	12,874	11,880
Publicaciones	20,554	20,447	18,281	15,783	12,914
Líneas acumuladas en servicio (1)	8,801	8,493	7,621	6,754	6,025
Kms. de circuitos de LD en servicio (1)	87,428	83,778	83,672	83,106	69,720
Minutos de L.D. nacional (2)	7,294	6,746	5,923	5,370	4,722
Minutos de L.D. internacional (2)	3,024	2,622	2,221	2,001	1,592
Todas las cifras en millones de pesos					
(1) miles					
(2) millones					

Cuadro 4. En 1995, la devaluación de la moneda y la recesión del mercado no pasaron desapercibidos en los datos financieros de la empresa.

Fuente: Informe Anual de Telefonos de Mexico, 1995.

En el informe Anual a los accionistas, Carlos Slim y Jaime Chico señalan que los factores que influyeron en los resultados de 1995 fueron: el rezago en la actualización de las tarifas, a consecuencia de la fuerte devaluación e inflación; los ajustes sobre el tipo de cambio que impactó sobre los compromisos de la empresa en los mercados extranjeros y en el aumento en los cargos por depreciación; además la fuerte recesión económica provocando disminución en el crecimiento de líneas y afectó el volumen de tráfico y, finalmente, la reducción de 9.4% de la tarifa de liquidación con los operadores de tráfico telefónico de Estados Unidos y Canadá.

En fin, es claro que Telefonos de México a lo largo de su etapa inicial como empresa privada ha crecido. duplicó el número de líneas, extendió los kilómetros de circuitos de larga distancia, ahora cuenta con una infraestructura bien montada y digitalizó la mayor parte de la red telefónica; y para 1996 se encuentra realizando cambio de estrategia después de finalizar el trabajo masivo.

Lo que es bien cierto es que los dueños de la mayor empresa privada de México están conscientes de que a partir de la próxima apertura comercial del servicio telefónico de Larga Distancia, restará peso a Telmex por la ampliación de la demanda potencial, sin embargo, afirman que la competencia podrá acortar su participación actualmente absoluta del mercado, pero no su liderazgo.

1.3. APROBACION DE LA NUEVA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.

En los años que Teléfonos de México ha operado ya como empresa privada, el servicio de telefonía en nuestro país se ha visto mejorado; sin embargo, aún falta mucho por hacer en cuestión de calidad en el servicio, número de teléfonos públicos en funcionamiento, aumentar el número de líneas telefónicas, etc. Actualmente en Estados Unidos existe un promedio de 70 teléfonos por cada 100 habitantes y en Canadá 98, mientras que en México menos de nueve.

Por otro lado, no hay que menospreciar el esfuerzo de la empresa, como ya se expuso anteriormente, por mejorar sus servicios, ya que tomando en consideración el Informe Anual 1995 de Telmex, nos daremos cuenta que en ese año se realizaron importantes inversiones para contar hoy en día con una amplia y avanzada infraestructura tecnológica, capaz de transmitir señales de voz, datos e imágenes a todo el mundo.

En este apartado analizaremos los cambios efectuados en la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones, la cual persigue, como principal premisa, el llegar a una verdadera competencia en el servicio de la telefonía, tanto local como de larga distancia nacional e internacional, ésta última, materia de estudio de la investigación.

Para poder realizar los cambios a la Ley de Telecomunicaciones, primero se tuvieron que hacer reformas al Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su párrafo cuarto. Este Artículo estipulaba que los servicios de telefonía y ferrocarriles, entre otros, "eran servicios prestados exclusivamente por el Estado a través de instituciones".¹¹

Durante 1995 se llevó a cabo la modernización del marco jurídico del sector comunicaciones, mediante la modificación al mencionado artículo que a partir de esa fecha permite la participación de los particulares en la instalación, operación y explotación de los servicios que anteriormente eran exclusivos del Estado.

La razón por la que se realizaron las reformas propuestas por el presidente Ernesto Zedillo al Artículo 28 Constitucional en su Fracción IV, según lo explicó el actual titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Carlos Ruiz Sacristán, fueron que el hecho de mantener a la vanguardia las telecomunicaciones del país, se requieren cuantiosos recursos con los que el

¹¹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 28, párrafo Cuarto. Comisión Federal Electoral, p. 60.

Estado no cuenta ni los genera, y se tendría que distraer los que están destinados a otras actividades prioritarias de desarrollo social.

El 26 de enero de 1995 fue aprobado por el Senado de la República los cambios al citado Artículo, manteniéndose la rectoría del estado sobre la participación privada. El segundo paso que se llevaría a cabo para seguir con las reformas, sería el tener una regulación completa y suficiente para conservar dicha rectoría, promover que en toda la República Mexicana estén disponibles servicios de telecomunicaciones de alta calidad a precios internacionalmente competitivos y evitar prácticas monopólicas, entre los más importantes.

¿Serían realmente las razones anteriormente mencionadas las que obligaban al Gobierno Federal a permitir la participación privada en el sector telecomunicaciones, además de ferrocarriles y aviación civil, o los 600 millones de dólares que ingresarían al Estado por la cesión de derechos de uso a particulares? Esta cuestión surge de las declaraciones del propio Secretario Carlos Ruiz Sacrsitan el día 11 de abril de 1995, fecha en que se anuncia el envío de las iniciativas de ley al Congreso de la Unión:

“...el funcionario aseguró que en todos los casos de concesiones, permisos y licencias que se otorgan en esos tres renglones el gobierno buscará obtener la mayor contrprestación posible, es decir, obtener los mayores ingresos por la cesión de derechos de uso a particulares.”¹²

Todos estos cambios señalados vendrían incluidos en la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y, según con el proyecto de ley, el Estado mantendría la rectoría sobre el espacio de transmisión de las frecuencias radioeléctricas, y buscaría que en las concesiones otorgadas se reciba una justa compensación que permita fortalecer el desarrollo de la economía nacional.

¹² Cardoso, Víctor, *Ingresarían 600 mil millones de dólares las leyes sobre ferrocarriles y telecomunicaciones*. La Jornada, México, 11 de abril de 1995, p.43.

A continuación, en el cuadro 5, se mencionan los puntos sobresalientes de la Ley Federal de Telecomunicaciones:

PRINCIPALES PUNTOS DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

- Regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico¹³, de las redes de telecomunicaciones, y de la comunicación vía satélite.
- Promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones; ejercer la rectoría del Estado; fomentar una sana competencia entre los diferentes prestadores de servicios de telecomunicaciones a fin de que éstos se presten con mejores precios, diversidad y calidad en beneficios de los usuarios, y promover una adecuada cobertura social.
- Las nuevas concesiones y permisos para servicios de larga distancia nacional e internacional, sólo podrán comenzar su operación después del 10 de agosto de 1996.
- Los operadores deberán permitir la interconexión e interoperatividad de equipos en todos los casos, con accesos y tarifas que no sean discriminatorias; si embargo, podrán ampliar su cobertura geográfica y ofrecer nuevos servicios a través de sus redes, registrando el servicio y la tarifa ante la SCT.
- En lo que se refiere a los usuarios, cualquiera podrá elegir al *carrier* (operador) de larga distancia de su preferencia por medio de la prescripción o número asignado a cada empresa telefónica.
- En base a la Ley de Inversión Extranjera, se permite la participación del capital exterior sin rebasar el 49 por ciento del capital total de la empresa que desee una concesión; asimismo, las empresas deberán ser mexicanas aunque puedan participar en ellas inversiones extranjeras.
- Se otorgarán concesiones y permisos. En el caso de la primera, será necesaria para el uso y la explotación tanto del espectro radioeléctrico mexicano como de las órbitas satelitales. El segundo, se requiere para cualquiera de las siguientes actividades: instalar y operar redes públicas de telecomunicaciones; operar empresas que vendan servicios de telecomunicaciones; y comercializar en el país servicios de redes públicas extranjeras.

Cuadro 5. Principales puntos de la Ley Federal de Telecomunicaciones

Fuente: Ley Federal de Telecomunicaciones

Con estas reformas se expidió la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones el 8 de mayo de 1995 por el Congreso de la Unión.

En general, el propósito de la nueva ley radica en establecer las bases para un mayor acceso de estos servicios como la telefonía local, de larga distancia, televisión, servicios de valor agregado y transmisión de voz, datos y video, a toda los habitantes del territorio nacional; aumentar la competitividad y eficiencia en el sector; estimular las inversiones y generar un mayor número de empleos, tanto directos como indirectos.

¹³ El espectro radioeléctrico es el espacio que permite la propagación de las ondas electromagnéticas.

No está de sobra mencionar que a partir de las reformas realizadas a la Ley Federal de Telecomunicaciones, el manejo en el sector comunicaciones se perfila en este fin de milenio como uno de los negocios más apetecibles y rentables para los inversionistas privados; una prueba de ello es el crecimiento en los últimos dos años de más del doce por ciento en las telecomunicaciones vía satélite. Según expertos de la materia aseguran que los cambios en este proceso se está dando tan rápido que a menos que los sectores privado y, sobre todo público, no adopten dicho cambio y la competitividad, México podría quedarse rezagado. La idea es traer a nuestro país inversiones nuevas, frescas para mejorar, superar y poner al cien por ciento eficientes las telecomunicaciones.

1.4. Comienzan las concesiones para telefonía de larga distancia.

A partir del segundo semestre de 1995 y después de haber sido aceptada la iniciativa de Ley de Telecomunicaciones, se comenzaron a otorgar las concesiones a las empresas que solicitaron dicho título para ofrecer los servicios de telefonía de larga distancia, además de las que ofrecerán el servicio local. El poseer una concesión es totalmente necesario para poder instalar, operar, explotar las redes públicas de telecomunicaciones y así, ofrecer los servicios de telefonía de larga distancia y de servicios agregados.

El Estado sólo cobraría los Títulos de Concesión que utilicen alguna frecuencia del espectro radioléctrico, asimismo, las transmisiones por cables o fibra óptica pagarán una contraprestación al gobierno por la explotación de esos medios de comunicación. La vigencia para usar el espectro se otorgará hasta por 20 años, mientras que la de cable o fibra óptica será hasta por 50 años, en ambos casos habrá prórroga por periodos similares. En el caso de las concesiones para larga distancia serán otorgadas por un plazo hasta de 30 años y podrán ser prorrogadas hasta por plazos iguales a los originalmente establecidos.

Los Títulos de Concesión indican que cualquier empresa en el supuesto caso de que se interrumpa la prestación de algunos de los servicios durante un periodo mayor a 72 horas consecutivas, el concesionario bonificará a los usuarios la parte de la cuota correspondiente al tiempo que dure la interrupción.

Asimismo, el concesionario deberá poner a disposición de la SCT, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de su título, un plan de acciones para prevenir la interrupción de los servicios, así como proporcionar servicios de emergencia. Además, en caso de que la empresa llegará a cobrar a los usuarios tarifas no registradas o distintas de las establecidas, conforme al artículo 63 de la Ley de Telecomunicaciones, deberá reembolsar a los mismos la diferencia.

Otro punto importante que se establece en la concesión es que en los términos del artículo 62 de dicha ley, la SCT podrá verificar en todo momento que las tarifas registradas no constituyan subsidios cruzados, para esto, el concesionario deberá proporcionar la información correspondiente dentro de los 60 días naturales siguientes a la fecha que se reciba la solicitud de la Secretaría".

Con la entrada en vigor de la ley, por fin podemos vislumbrar un panorama menos triste que al que hemos estado acostumbrados. Algunos expertos señalan que la metamorfosis regulatoria que vive el país permitirá ampliar la cobertura de 8.8 líneas telefónicas por cada 100 habitantes, además de llevar servicios que hoy día son caros a más sectores de la población.

A la fecha han sido autorizados siete nuevos competidores en larga distancia, los cuales pelearán por un mercado que vale más de \$3,000 millones de dólares y que tiene grandes perspectivas de crecimiento.

El hecho de existir competencia obliga a cada empresa a esmerarse por ganar clientes dando mejor servicio y tarifas más atractivas. Incluso, el director de Teléfonos de México, Jaime Chico Pardo, ha afirmado que ningún monopolio en el mundo opera con niveles de excelencia.

Ahora que se ha abierto a la competencia el servicio telefónico de larga distancia, tal vez el principal actor fue el Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Carlos Casasús López Hormosa, quien ha tenido en sus manos la difícil tarea de orientar las nuevas condiciones de competencia. A su parecer, lo más importante es preservar el interés de los consumidores y que la transición nos permita que todos los precios de los servicios a prestar se vayan ajustando gradualmente a niveles internacionales".¹⁴

Desde la primera concesión entregada hasta la última, el funcionario ha recibido en su oficina solicitudes, propuestas de inversión, reclamos, dudas o sugerencias de quienes participarán en este nuevo mercado.

A pesar de todo, hasta ahora han recibido su licencia para entrar a la competencia las siguientes compañías que en el siguiente capítulo se detallarán sus proyectos de inversión. Aquí se presentan como les fueron otorgados los títulos.

- *Avantel (Banacci-MCI).*
- *Iusatel (Iusacell-Bell Atlantic).*

¹⁴ Entrevista con Carlos Casasús, Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la SCT, realizada el 12 de julio de 1996, en el piso 15 de la Torre Central de Telecomunicaciones.

- *Marcatel (Radio Beep-Westel y IXC).*
- *Investcom (San Luis Comunicaicones-Nextel, LCC, LIC, AGC, IWC y The Carlyle Group).*
- *Unicom (Bancomer-GTE y Telefónica Internacional de España).*
- *Alestra (Alfa-AT&T).*
- *Cableados y Sistemas (Manuel Vazquez Arroyo).*
- *Miditel (Carlos Murray Campbell).*

CAPÍTULO II

CONOCIENDO A LA COMPETENCIA

Antes de dar inicio a la descripción de cada una de las empresas que a partir de enero de 1997 iniciarán la competencia con Teléfonos de México, diremos que cada una de ellas tiene objetivos similares: ofrecer la mejor calidad en el servicios de telefonía de larga distancia nacional e internacional con la más alta tecnología. Sin embargo, cada compañía está consciente del porcentaje de mercado que captarán.

El Director General de Redes y Radiocomunicación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Luis Miguel Alvarez Alonso, decía que habrán empresas que tendrán que quebrar y por lo tanto desaparecer o dedicarse a ofrecer otros servicios que los competidores más importantes no estén dando.

Con respecto a esto, un informe de la firma estadounidense Morgan Stanley "ubicó a Avantel (antes de la fusión de Alestra con Unicom) en primer lugar, en segundo a Alestra, en tercero a Unicom, en cuarto a Iusatel en quinto a Marcatel, después de la cual enumeró a las empresas de menor tamaño: Investcom, Cableados y Sistemas y Miditel".¹⁵ La última que recibió su licencia para ofrecer el servicio es Telinor.

Está claro, por lo tanto, que la competencia será dura para cada una de las 8 empresas y tendrán que trabajar aún más para lograr obtener una rebanada del exquisito pastel que Telmex tendrá que compartir en breve tiempo.

2.1. Avantel. "Seremos los principales competidores de Telmex".

La empresa Avance Telecomunicaciones de Latinoamérica S.A. o Avantel, fue la primera que recibió concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para instalar, operar y explotar una red pública de telecomunicaciones al amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones. Esa fecha, 6 de septiembre de 1995, fue quizá para esta compañía una de las más importantes después de tantas vueltas a la secretaría y su tan acostumbrado "vuelta mañana".

A partir de este día, sólo una palabra define claramente el estado de ánimo en toda la compañía: *confianza*. tanta que tal vez suene a insolencia. Lo que sí es seguro es que los mismos directivos esperan con ansia el 11 de agosto próximo para comenzar a ofrecer sus servicios en el mercado corporativo de larga distancia. Se sienten totalmente seguros, sin temer y con la plena confianza de dejar atrás al aún monopolio telefónico, Teléfonos de México. "Seremos los principales competidores de Telinex", aseguró en una entrevista Daniel Crawford, director general operativo de Avantel.

¹⁵ Sánchez, Juan Danell. *Comenzó la guerra por la larga distancia*. Semanario Época, México, 13 de mayo de 1996, p. 16.

La empresa telefónica Avantel S.A. está conformada por el Grupo Financiero Banamex-Accival y MCI Communications Corporation, la segunda compañía más importante de los Estados Unidos, después de A.T.T. Sus principales funcionarios son:

- Manuel Sánchez Lugo. *Director General.*
- Daniel E. Crawford. *Director General Operativo.*
- Miguel Calderon. *Director de Relaciones Gubernamentales y Públicas.*
- Arturo Graue. *Director de Recursos Humanos*
- Robert Lacy. *Director de Normas de Telecomunicaciones y Asuntos Jurídicos.*
- Jorge Rodríguez. *Director Comercial y de Mercadotecnia.*
- Joe Terry Swaim. *Director de Tecnología*
- José María Zubiria. *Director de Finanzas*

Antes de seguir hablando de los servicios que ofrecerá Avantel, veamos cómo nace esta novel empresa telefónica que se perfila como una de las más importantes competidoras de Teléfonos de México:

Una tarde del mes de enero de 1994, el Grupo Financiero Banamex Accival (Banacci) junto con la empresa estadounidense MCI Communications Corporation dieron a conocer a la opinión pública su decisión de establecer una alianza estratégica para proporcionar a los usuarios mexicanos servicios de telecomunicaciones de larga distancia nacional e internacional. Sin embargo, fue hasta octubre del mismo año cuando se constituyó formalmente Avantel S.A., siendo Banacci el accionista mayoritario, como lo estipula la ley, con el 55 por ciento y MCI el 45 por ciento restante.

El 21 de julio del año pasado, Avantel solicitó una concesión para instalar, operar y explotar una red pública de telecomunicaciones y prestar los servicios presentados en la solicitud. Ya para el 6 de septiembre del mismo año, Carlos Ruiz Sacristán, titular de la secretaría encargada del procedimiento de privatización, informó de la aprobación a la solicitud de concesión de la empresa. El día 14 el propio Presidente de la República, Ernesto Zedillo, encabezó en el Estado de Nuevo León, la ceremonia inaugural de los trabajos de instalación de su red de fibra óptica. Al día siguiente, se entregó el título de concesión respectivo.

Avantel S.A. ofrecerá la conducción de señales de voz, datos, textos, video, imágenes, sonidos o cualquier otro tipo de información entre puntos ubicados dentro del territorio nacional o en el extranjero. Asimismo, proporcionará la reventa de servicios y capacidad adquirida de otras redes públicas de telecomunicaciones; la instalación y operación de circuitos y redes privadas. Otro de los servicios que dará es, como ya es sabido de todos, la prestación de

servicios públicos de telefonía básica de larga distancia nacional e internacional y; finalmente, la prestación de servicios de valor agregado.

2.1.1. Su proyecto: Una meta clara.

Al igual que fue la primera empresa que recibió su concesión, también fue la primera que inició los trabajos de instalación de su red en Apodaca, Nuevo León. No en vano, Avantel casi ha gastado la mitad de los 900 millones de dólares que había previsto invertir en la primera fase de operaciones; esto es, la construcción de una red que ya enlaza a las 33 principales ciudades de la región centro-nordeste de la nación mediante el tendido de 5,300 kilómetros de cable de fibra óptica. Asimismo, instala cuatro centros de conmutación en las áreas urbanas que tienen mayor densidad telefónica: las ciudades de México, D.F., Puebla, Guadalajara y Monterrey; además, construye dos puntos de cruce fronterizo que se encuentran ubicados en Ciudad Juárez y Reynosa.

Los directivos de la empresa aseguran que la primera fase de la red les permitirá ofrecer, con su propia infraestructura, los servicios en localidades donde es generado el 61 por ciento del tráfico de larga distancia nacional y el 71 por ciento del internacional. El porcentaje restante se irá cubriendo, según Avantel en las siguientes etapas.

El objetivo de la empresa es captar un porcentaje cercano al 10 por ciento del mercado al término de 1997, primer año de operaciones. "Quedarse sólo con 5 por ciento sería un fracaso y obtener 15 por ciento significaría un rotundo éxito", decía Jorge Rodríguez, director comercial y de mercadotecnia.

Por otro lado, José María Zubiría, director de finanzas, estima que en no más de 10 años recuperarán la inversión inicial, aún cuando el proyecto contempla una inversión total de \$1,800 millones de dólares en la construcción de 20,000 kilómetros de la red de fibra óptica, incluyendo gastos operativos. Explica Zubiría: "Hemos sentado las bases para el autocrecimiento y, así, evitar recurrir a futuras ampliaciones de capital"¹⁶.

Para lograr lo anterior, Avantel ha desarrollado su programa de inversión estructurado de la siguiente manera: Inicialmente se anunció una inversión de \$900 millones de dólares. \$350 de los mismos, son prestaciones bancarias que provienen de bancos de Canadá y Estados Unidos, el Bank of America, además de Swiss Bank, ABN AMRO y Toronto Dominion Bank. El 61 por ciento de capital restante, es aportado por los socios fundadores. En el caso de Banamex, como ya contaba con la red privada más grande del país, una parte de la inversión fue en especie y la otra en recursos financieros, a pesar de la cartera vencida que existe en la mayoría de los bancos derivada de la crisis financiera por la que atraviesa la

¹⁶ Fernández, Joaquín. *Avantel. La competencia: c'est moi*. Expanston, México, julio de 1996, p. 51.

nación. Cabe destacar que no se han especificado concretamente los montos de inversión aportados por cada uno de los socios de Avantel.

Desde la unión de Banamex con la estadounidense MCI para conformar Avantel, sus metas quedarán bien claras. Si MCI pudo arrebatárle al ex monopolio telefónico AT&T en los Estados Unidos el 20% del mercado hace 12 años cuando la transnacional perdió la exclusividad en la prestación del servicio telefónico, colocándose como su principal competidor, en México, la empresa quiere hacer lo mismo con Telmex pero en la mitad de tiempo.

Dan Crawford, director general de operaciones, comenta que entre un 15 y 30% de los casi nueve millones de clientes de Telmex no se encuentra totalmente satisfecho con los servicios proporcionados por el "gigante monopolístico", y la mitad de estos está dispuesta a cambiar de compañía en cuanto comience la competencia. Avantel -dice- espera absorber gran parte de ese porcentaje de descontentos, quitarle a Telmex por lo menos 7% de la demanda actual.

Así, la estrategia será, primeramente, tener como clientes a los grandes corporativos (sin duda, la rebanada del pastel más exquisita); ya que éstos generan un tráfico elevado de llamadas, lo cual resulta suficientemente costoso. Por otro lado, Avantel no sólo se enfocará a este nicho de mercado, también irá al residencial, el del usuario común del servicio telefónico "Ambos son importantes, dicen sus directivos, si nos dirigimos solamente al mercado corporativo, la empresa quedaría expuesta a los ataques de Telmex que tendría todas las posibilidades de provocar una guerra de precios. Si lo hacemos así, Telmex tendrá menores posibilidades de elaborar una estrategia de respuesta".

A pesar que la competencia en lo que se refiere al servicio de telefonía local aún no ha llegado, Avantel ha asegurado que quiere operar también este servicio, con la finalidad de amortiguar los pagos que tendría que hacer a Telmex por interconectarse a su red a partir de enero próximo, es decir, que cada vez que un usuario de Avantel llame a un teléfono de Telmex, la primera tendrá que pagar una cuota de interconexión a Teléfonos de México. Su cartera ideal sería el 60% de clientes corporativos y 40% de particulares.

2.1.2. Los empleos.

Siempre que aparece una nueva empresa en una ciudad o país, los habitantes de la misma se preguntan si generará empleos o si ya traen a su gente, en caso de que sea extranjera. En Avantel los empleos no se han dejado esperar: hasta junio de 1996, la empresa lleva generadas 650 contrataciones, aunque para enero del próximo año, cuando la competencia sea plena, el número aumentará a mil 700 empleos directos.

El 13 de mayo pasado fue inaugurado el Centro Corporativo Avantel Monterrey (Cecam), sede del Centro de Ingeniería de la empresa, así como de oficinas de la Dirección Comercial y de Mercadotecnia. En estas instalaciones, que cuenta con casi 5,700 metros cuadrados de oficinas distribuidos en cinco pisos, trabajan ya 155 de 300 empleados, la mayoría de ellos mexicanos.

Entre el personal contratado en el Cecam se encuentra un grupo de ingenieros recién egresados de la carrera de Comunicaciones y Electrónica del Instituto Politécnico Nacional, así como de Sistemas Computacionales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Para principios de 1997, Avantel generará un mínimo de 900 empleos directos en Nuevo León. A la fecha, la empresa ha generado cerca de 7,000 empleos entre directos e indirectos.

Según José María Zubiria, director de finanzas, los empleados de la empresa telefónica se sitúan en una edad promedio de 30 años y la mayoría son mexicanos.

En fin, Avantel como principal competidora de Telmex, ha trabajado fuertemente desde hace dos años para ahora haber terminado la primera etapa de sus trabajos de construcción, que para agosto comenzará las pruebas de interconexión con Telmex. Hasta el momento lleva instalados poco menos de los 5,300 kilómetros de fibra óptica que debe instalar para esta etapa. Para darse cuenta lo que esto significa basta decir que cada kilómetro de fibra óptica cuesta un promedio de 50 mil dólares en materiales e instalación.

A partir del 11 de agosto venidero, Avantel entrará en operación y los usuarios podrán acceder a la nueva marca, la cual ofrecerá además de larga distancia, servicios de valor agregado como líneas privadas, Internet, fax y tráfico de datos. Por hoy, sólo cuenta con 50 clientes pero se espera que para enero de 1997 su carpeta se multiplique.

2.2. Alestra - Unicom. Un nombre para no olvidar.

2.2.1. Alestra o mejor dicho AT&T.

Al igual que ocurre cuando se casan dos enamorados, la unión de la empresa mexicana Alfa y la estadounidense AT&T dieron nacimiento a su "primer hijo" al que bautizaron como Alestra.

¿Por qué "Alestra"? Según Jorge Escalona, Presidente y Director General, se pretendía que no fuera un prefijo o sufijo como COM o TEL por no limitar los alcances reales de la oferta de la empresa y por verse innovadores. Alestra no es

una sigla o una palabra con significado particular. Se quiere que en lo sucesivo, esta palabra se convierta en parte del vocabulario nacional.

AT&T se asoció en octubre de 1995 con el corporativo regiomontano Alfa. Fue entonces cuando solicitó una concesión a la SCT para operar el servicio de larga distancia. Apenas el 6 de diciembre pasado obtuvo lo deseado por 30 años para operar una red de telecomunicaciones en el país.

Hoy día AT&T tiene el control del 45% de las llamadas entre Estados Unidos y México. La transnacional opera, dentro de su país, el 70% de las llamadas que llegan a nuestra nación, y viceversa. Según Jaime Chico, directo de Telmex, AT&T controla 45% y Telmex sólo el 30% del total, pero esta última cifra será compartida pronto entre las nuevas empresas, y una de ellas es AT&T.

2.2.2. *Plan de negocios.*

Integrada con capital de Grupo Alfa y AT&T, Alestra tendrá inversiones por más de \$1,000 millones de dólares durante los próximos cinco años, las cuales comprenden la construcción de una red digital que incluirá líneas de fibra óptica y enlaces inalámbricos. Según sus directivos, se estima que cuando inicien sus operaciones, Alestra dará empleo a 1,000 mexicanos que crecerán a 3,000 en el año 2000.

En su primera fase, programada para 1997, la red digital de la empresa prestará servicios de transmisión de voz, datos y video a través de puntos de interconexión localizados en 24 ciudades del país. En la segunda etapa, que concluirá en el año 2000, la red contará con 34 puntos de interconexión y alcanzará una extensión de 8,600 kilómetros. La conexión entre la red de Alestra y la Red Mundial Inteligente de AT&T se efectuará a través de dos conmutadores de salida internacional localizados en Tijuana y Ciudad Juárez, así como tres terminales remotas con capacidad de salida internacional de Mexicali, Nuevo Laredo y Reynosa.

AT&T es la mayor compañía de telecomunicaciones del mundo, con operaciones en más de 180 países, actualmente opera tres cuartas partes del mercado en el vecino país del norte. Con presencia nacional desde 1927, AT&T es actualmente fuente de empleo para más de 8,000 mexicanos.

El 20 de septiembre del año pasado, AT&T anunció un plan de reestructuración que incluye su separación en tres compañías independientes dedicadas al desarrollo y venta de equipo de telecomunicaciones, la fabricación de sistemas integrales de cómputo y la prestación de servicios de comunicación, respectivamente. Esta última empresa, AT&T Communications Service, será a partir de 1997 la única que conservará la marca AT&T y participará en el capital social de Alestra.

El Consejo de Administración de Alestra se encontrará presidido, desde el 11 de enero de 1996, por Dionisio Garza Medina, Presidente y Director General Ejecutivo de Alfa, mientras que la Presidencia y Dirección General de la novel empresa quedó a cargo de Jorge Escalona, quien había sido anteriormente Presidente de AT&T México.

2.2.3. *Unicom: La frustración.*

La malograda empresa telefónica Unicom Telecomunicaciones solicitó un título de concesión el 21 de septiembre de 1995, con la finalidad de proporcionar el servicio público de telefonía básica de larga distancia nacional e internacional a los mercados residencial y empresarial, y servicios de valor agregado por un periodo de 30 años.

La empresa Unicom se encontraba constituida por la alianza estratégica entre Grupo Financiero Bancomer (GFB), Valores Industriales (VISA) y GTE Corporation; meses después se integró la Telefónica Internacional, que es la rama internacional de Telefónica de España.

Bancomer y Visa mantendrían el control de la empresa mediante el 51% de las acciones; mientras que a GTE, la cuarta empresa más grande de telecomunicaciones en Estados Unidos, y a Telefónica de España le corresponderían 49% restante ó 24.5% cada una.

Dentro de los planes de inversión que tenía previstos Unicom para los próximos 10 años era una inversión de más de \$900 millones de dólares para establecer una red de telecomunicaciones de fibra óptica.

El proyecto de la hoy desaparecida empresa telefónica era iniciar en este año la construcción de su red de telecomunicaciones conectando a las 60 principales ciudades del país, terminando en 1997 y, como las demás empresas, su infraestructura de la red de larga distancia se sustentaría en fibra óptica.

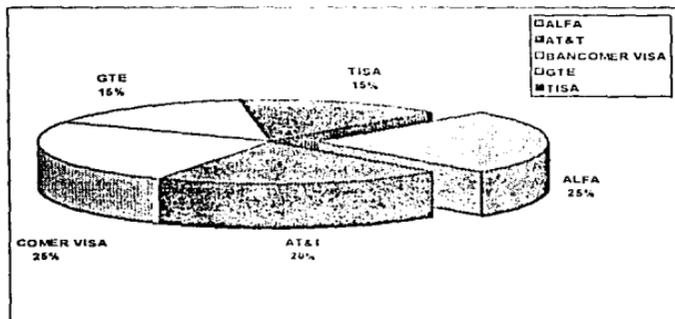
Su estrategia era tener como clientes a las pequeñas y medianas empresas y no como Telmex, Avantel o Alestra que su mercado estaba dirigido, principalmente, a los grandes corporativos por el volumen de usuarios que éstos representan. Fernando Ramírez Acosta, entonces Director de Servicios de Valor Agregado de Unicom, decía en una conferencia otorgada a la prensa días antes de obtener su concesión que el interés de Telmex son los "heavy users" (usuarios pesados), por lo tanto, las empresas pequeñas eran descuidadas; ellos las retomarian. Otro mercado al que se enfocarían serían los bancos pequeños y medianos regionales, las empresas del área manufacturera, de autopartes, de proveedores automotrices, etc.

Pasaron cinco meses para que se publicara en el Diario Oficial de la Federación el título de concesión de Unicom. La fecha en que se le dió "luz verde" para que pudiera ofrecer los servicios de telefonía básica de larga distancia y otros servicios de valor agregado a partir de 1997, fue el 27 de febrero del presente año.

2.2.4. La nueva unión: Alestra-Unicom.

A pesar de sus proyectos, su inversión programada y ya contando con la concesión respectiva, el lunes 22 de abril se anunció públicamente la fusión estratégica entre Unicom y Alestra. Su alianza sería desde los planes, los recursos de inversión y la prestación de servicios para fortalecer, su presencia en el mercado mexicano, según explicaron sus directivos en una rueda de prensa.

La nueva unión quedó definida de la siguiente manera: el capital nacional - 51 por ciento- quedó dividido entre el grupo Alfa con 24.6% y el grupo Bancomer-Visa con 24.4%; en tanto, el capital extranjero -49 por ciento- se distribuyó en 20% para AT&T, mientras Telefónica Internacional de España y la estadounidense GTE tendrá 14.5% cada una.



Cuadro 6: Composición accionaria de Alestra. Abril de 1996.

Los representantes de la nueva empresa, que se mantuvo bajo la firma de Alestra, informaron que la presidencia del consejo de administración se compartiría por Eugenio Garza Lagüera y Dionisio Garza Medina, presidentes de Bancomer-Visa y Alfa, respectivamente. Además los mil millones de dólares que cada una de las empresas tenía previsto invertir para sus respectivos proyectos se iban a disponer y esto, les permitiría liberar recursos económicos para incursionar más rápidamente en diversos servicios que se tenían programados a más largo plazo tales como telefonía básica, transferencia de voz, datos y video, incluido el acceso a Internet y posibilidades de incursionar en servicios de telefonía local en otros países.

De esa forma, se sumó la experiencia de cada una de las áreas y servicios que cada asociado maneja: Alfa aportaría su experiencia administrativa; Bancomer y Visa su red de comercialización y cartera de clientes; AT&T su experiencia en la transferencia de llamadas de larga distancia; GTE su posición como empresa telefónica local en Estados Unidos, y Telefónica Internacional su conocimiento de los mercados latinoamericanos y el manejo de servicios de comunicación integrados.

Es posible que para el lector no sea lógica esta unión, pero si analizamos la conveniencia de las nuevas empresas competidoras de Telmex por sumar sus capacidades para una mayor presencia en el mercado nacional que, tal vez aún no comprenda en su totalidad el significado de la apertura del servicio básico de telefonía de larga distancia y, esperemos que no en mucho tiempo, el local; veremos que tendrán que ofrecer un servicio de calidad, con presencia, pero sobre todo con bajas tarifas y con servicios de valor agregado. Un ejemplo de lo anterior son las campañas de publicidad que actualmente están lanzando al mercado tanto Avantel como Alestra, esta última cambió su anuncios a AT&T porque saben que tiene más presencia esta marca en materia de telecomunicaciones a nivel mundial que *Alestra*, la cual apenas se está dando a conocer.

El problema que se suscitó al realizarse la alianza de Alestra con Unicom fue que esta última tendría que realizar un pago de 22.5 millones de dólares, que equivale al 2.5% de lo que había ofrecido invertir en los primeros cinco años, a la SCT por haber rechazado el título de concesión que se le otorgó. Además, la Ley Federal de Telecomunicaciones contempla una sanción que va de cuatro a cuarenta mil salarios mínimos si una empresa no cumple "con las obligaciones o condiciones establecidas en los títulos de concesión".¹⁷

A pesar de estos problemas, la unión de estas empresas significarían inversiones por más de \$3,000 millones de dólares, según declaraciones de

¹⁷ Ley Federal de Telecomunicaciones. Capítulo IV. Infracciones y sanciones. Artículo 71, Inciso B, Fracción IV, p. 74.

Dionisio Garza Medina el 22 de abril pasado en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. "La unión -dijo- es una estrategia de negocios. [...] Nosotros habíamos pensado entrar al mercado con AT&T, pero debido a la magnitud del mercado y al resto de actividades que se licitarán [...] decidimos buscar un socio que nos permita más rápidamente consolidar nuestras operaciones".¹⁸

Finalmente diremos que con esta alianza Alestra se colocó a la cabeza como principal competidora de Teléfonos de México dejando a Avantel en un segundo plano, pero como un gran rival; además recordemos que Alestra mantiene un tono conciliador con Telinex a diferencia de los otros competidores.

2.3. *Iusatel. En la pelea.*

La empresa telefónica Iusatel, propiedad de Grupo Iusacell, S.A. de C.V., fue la segunda que recibió concesión por parte de la S.C.T., por conducto de su titular el Lic. Carlos Ruiz Sacristán, para instalar, operar y explotar una red pública de telecomunicaciones interestatal el día 16 de octubre de 1995. Ellos habían presentado su solicitud el 8 de septiembre del mismo año; es decir, que estos empresarios no tuvieron que esperar mucho para festejar su concesión.

El capital de esta empresa se divide entre los señores Alejo y Carlos Peralta, Presidente y Director General, respectivamente, del Grupo Industrial IUSA, S.A. de C.V., por la parte nacional, y la estadounidense Bell Atlantic Latin American Holdings, Inc. con el capital extranjero.

2.3.1. *Iusatel y su proyecto.*

Iusatel posee una concesión con duración de 30 años al igual que las otras empresas. Con ésta podrán prestar al público una amplia gama de servicios incluyendo larga distancia nacional e internacional, servicios de valor agregado, transmisión conmutada de datos y la instalación y operación de redes privadas de telecomunicaciones requeridas por grandes usuarios.

Su proyecto, presentado ante la S.C.T., comprende la construcción de una red de telecomunicaciones en la que se utilizará cable de fibra óptica, con una cobertura en cinco años de las 69 principales ciudades de la República, utilizando 7,500 kilómetros de este material. Para el 2004 tendrá una longitud de 14,000 kilómetros, que se agregan a su red de telecomunicaciones ya existente, alcanzando un total de aproximadamente 20,000 km., cubriendo así a toda la

¹⁸ Chavolla, Gustavo. *Serán mayores a US 3,000 millones las inversiones de Alestra-Unicom*. El Universal, Negocios, Monterrey, México, 22 de abril de 1996, p. 5.

República Mexicana Asimismo, se encuentra comprometido a proporcionar cobertura de servicios al 90 por ciento de la población urbana del país.

Dentro de su primera etapa, la red cubrirá 60 ciudades, incluyendo el llamado triángulo de cristal, el cual lo forman la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, que será utilizado como red de alta capacidad para concentrar tráfico de poblaciones medianas y pequeñas. La construcción y operación de esta red será soportada por la empresa Bell Atlantic. El plan de inversión contempla para los próximos 9 años un capital superior a los \$10,000 millones de pesos. Para el año 2004 prevé una cobertura de más de 125 ciudades del territorio nacional.

Según estimaciones de Grupo Iusacell con esta nueva empresa generarán más de 2,300 empleos calificados antes del año 2000 y miles de empleos indirectos generados en el corto plazo, especialmente en el sector de la construcción.

Para realizar sus proyectos de inversión de \$1,700 millones de dólares, Iusatel recibió financiamientos de bancos de Estados Unidos, Canadá y Japón, entre otras fuentes. Estas son: Export Development Corporation de Canadá, Export Import Bank de Estados Unidos, Export Import Bank de Japón, banca comercial mexicana, el propio capital generado por Iusacell, compra de acciones por los principales socios y, finalmente, proveedores de equipos y servicios de la compañía.

La red de larga distancia de la compañía se interconectará con Estados Unidos a través de los puntos fronterizos Ciudad Juárez-El Paso, Reynosa-Mac Allen y Nuevo Laredo-Laredo, en los estados de Chihuahua y Tamaulipas. Asimismo, el nuevo consorcio Iusatel contempla alcanzar una cobertura del 90% de la población combinando sus servicios de larga distancia y otros que ya opera, como satélites y redes privadas.

La empresa Iusacell, que como todos sabemos, se dedica actualmente a la prestación del servicio de telefonía celular, y se encuentra presidida por Guillermo Amore como Director General; Purificación Carpinteyro, directora de Desarrollo Estratégico y Alberto Ríos Zertuche, antiguo consejero del Grupo empresarial y actual Director General de Iusatel.

2.4. Marcatel. Sin complejos.

Realmente esta empresa sufrió para recibir su título de concesión para operar larga distancia, pues fue la primera que presentó la solicitud a la S.C.T. y no fue sino hasta después de Avantel e Iusatel que obtuvo la licencia requerida. Recuerda su director general, Gustavo M. de la Garza, que "tenía que estar

detrás de Carlos Ruiz Sacristán (titular de la S.C.T.); a donde fuera yo iba, hasta que me diera la concesión".

Marcatel, S.A. de C.V. se formó oficial y legalmente el 7 de julio de 1994; es decir, fue la primera empresa en México que buscó el permiso para ser la competencia del monopolio Telmex. En el mes de mayo de 1995 presentó su solicitud al gobierno federal, y complementó los requerimientos señalados en el Acuerdo por el que se Establece el Procedimiento para Obtener Concesión para la Instalación, Operación o Explotación de Redes Públicas de Telecomunicaciones Interestatales al Amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones, publicado el 4 de septiembre del mismo año. Sin embargo, recibió respuesta hasta el 26 de octubre y fue publicada su concesión en el Diario Oficial de la Federación el 26 de febrero de 1996, cuatro meses después.

Los socios de la citada compañía son: el Grupo Radio Beep dirigida por el empresario regiomontano Gustavo M. de la Garza, por la parte mexicana, y lo acompañan en la batalla las empresas estadounidenses IXC Communications, Inc., y Westel, Inc. Había una firma telefónica canadiense -TelGlobe, Inc.- interesada en asociarse con la empresa, pero a causa del retraso existente en la puesta en marcha del proyecto de telefonía de larga distancia de Marcatel, desistió participar.

En la concesión se establece que ésta deberá iniciar la explotación de la red pública de telecomunicaciones a más tardar el 30 de junio de 1997 y los trabajos para enlazar con infraestructura propia a 62 ciudades del país, deberán quedar concluidos antes del 30 de diciembre del año 2001.

Conocer a este empresario es una verdadera experiencia: recio, alegre, sin el menor asomo de modestia, gran experiencia en el campo de las telecomunicaciones (poco más de 35 años), sin complejos, dominante y siempre con los pies en la tierra, Gustavo de la Garza buscará comenzar la carrera llevándose un 2% del mercado de larga distancia, aunque en los siguientes cuatro años le apuesta al 5% del sucucunto pastel que a partir de enero también pelearán rebanada Avantel, Alestra, Iusatel, Investcom, Sistemas y Cableados y, por supuesto, Telmex.

2.4.1. *Su proyecto: Más con menos.*

El proyecto de Marcatel comprende el tendido de 12,700 kilómetros de cable de fibra óptica para el año 2000. Los primeros 2,000 km. estarán listos para el próximo año. Pretende cubrir desde Tijuana hasta Matamoros. La firma IXC toca todos los puntos fronterizos que hay entre los Estados Unidos y el territorio nacional. Marcatel pretende cruzar 10 kilómetros y conectarse a la red de su socio. A través de Reynosa y Laredo, la red entrará a Monterrey y de ahí viajará a la Ciudad de México, Guadalajara y el resto del país.

Por otro lado, el pasado 3 de julio del año en curso Marcatel anunció la firma de un contrato con Investcom para construir conjuntamente una red de larga distancia de 2,000 kilómetros, la cual tendrá un costo de 90 millones de dólares. Cada una aportará el 50%. Si no hubieran hecho este convenio, Marcatel como Investcom tendrían que invertir 60 millones individualmente. Además, ambas compañías compartirán inversiones por 30 millones de dólares correspondiente al pago de permisos a autoridades y a la obra civil. Existen, también, posibilidades de adherirse a la nueva alianza de construcción Iusatel y Alestra, con los que ya se han dado acercamientos.

Para el segundo semestre de 1997, la firma planea una inversión de \$180 millones de dólares. El proyecto completo de la operación requerirá una erogación de \$650 millones de los billetes verdes. En cuestión de empleos, calculan generar 400 puestos en 1996 y llegar a una planilla de 1,600 empleados cuando opere al 100%.

Lo que es cierto es que Marcatel no será de las principales competidoras de Telmex; sin embargo, el accionista mayoritario de Marcatel expresa estar tranquilo y preparado para afrontar lo que venga.

2.5. Investcom. La experiencia en Trunking

El mismo día en que Marcatel recibió su título de concesión -26 de octubre de 1995-, Investcom, S.A. de C.V. obtuvo su licencia por 30 años para instalar, operar y explotar redes públicas de telecomunicaciones interestatales; y al igual que las otras empresas telefónicas el director general de esta, Benigno Pérez Lizaur, podrá prestar al público una amplia gama de servicios que incluyen larga distancia nacional e internacional, transmisión conmutada de datos, servicios de valor agregado y la instalación y operación de redes privadas de telecomunicaciones requeridas por grandes usuarios. Pero a diferencia de la anterior telefónica, Investcom presentó solicitud a la S.C.T. el día 20 de septiembre de 1995.

La empresa es propiedad del Grupo Comunicaciones San Luis, S.A. de C.V., en cuyo capital participan como socios los señores Miguel Valladares García y familia, Benigno Pérez y Carlos Guerrero González. Con este grupo participan como socios extranjeros las empresas Nextel Communications, LCC, LIC, ACC, IWC Y The Carlyle Group.

Desde 1990 Investcom controla y opera una red de radiocomunicación (sistemas inalámbricos), que actualmente opera en las principales ciudades del

país, y contempla la instalación, durante 1996, de sistemas digitales para ofrecer al usuario mexicano servicios integrales de radiocomunicación. Este servicio es conocido como *trunking* o radio de dos vías y el nombre de esta compañía es Tricom en la que Pérez Lizaur también es su director.

En el título de concesión se precisa que a más tardar en abril de 1997, Investcom estará obligada a iniciar la prestación de servicios y deberá cubrir, para el año 2000, por lo menos 63 ciudades a los largo de nuestro territorio.

A pesar de la fuerte competencia que habrá en el país a partir de la apertura comercial en la larga distancia en las que participarán las empresas de telecomunicaciones más importantes del mundo, Benigno Pérez se encuentra bien consciente de ello y asegura que a su empresa "le costará siete años posicionarse con el 8% del mercado de larga distancia en México"¹⁹.

Los planes de la empresa son comenzar el servicio de larga distancia interconectando a sus actuales clientes de *trunking*; además de ampliar su carpeta con tecnología y flexibilidad según las necesidades de cada usuario. El problema de Investcom es que tendrá que dar servicio a por lo menos 120 mil personas en su primera etapa para que pueda operar de manera rentable.

Como ya se había señalado, Investcom anunció la firma de un convenio de construcción con Marcatel el pasado 4 de julio. Este convenio establece que las dos empresas construirán conjuntamente una red de larga distancia de 2000 kilómetros; dicha red tendrá un costo de 90 millones de dólares y cada compañía aportará el 50% del total de la inversión.

2.6. Las otras empresas telefónicas.

2.6.1. Cableados y Sistemas.

La empresa Cableados y Sistemas, S.A. de C.V., la séptima empresa a la que se le otorgó concesión para operar el servicio de larga distancia nacional e internacional, recibió este nombramiento el día lunes 15 de enero de 1996.

A más tardar en junio del próximo año Cableados y Sistemas del Grupo Varo, estará obligada a iniciar la prestación de servicios y deberá cubrir para el año 2001 por lo menos 29 ciudades del país. La empresa de telefonía se encuentra dirigida por Manuel Vázquez Arroyo Aldrete.

¹⁹ Pérez Linco, Bernardo. *Telecomunicaciones: se abre una nueva era*. Mundo Ejecutivo. Núm. 207, México, julio de 1996, p 134 cc

2.6.2. *Miditel.*

El día 13 de marzo de 1996, después de Cableados y Sistemas, Miditel obtuvo su respectivo título de concesión por parte del Gobierno Federal a través de la S.C.T.

La octava concesión que otorga la dependencia desde septiembre de 1995, luego de aprobarse la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones, estará enfocada particularmente a la cobertura de una 4 mil 700 comunidades rurales y zonas suburbanas del territorio nacional por medio de tecnologías vía satélite y radiotelefonía.

La nueva empresa dejó claro en su concesión por 30 años que realizará inversiones en una primera etapa por \$350 millones de dólares para la instalación de una red de cable, y anunció su interés por obtener una concesión del espectro radioeléctrico, pero esto será hasta que la S.C.T. ponga a subasta las frecuencias correspondientes.

En sus planes tecnológicos, Miditel aspira instalar antenas VSAT (very small aperture terminal) para la transmisión de señales satelitales y, vía cable, llevar el servicio telefónico hasta los domicilios de los usuarios residenciales y comerciales. Se colocará una antena por punto, a la que se conectarán ocho teléfonos públicos en una misma caseta con multiservicios. A más tardar en el año 2001, la empresa deberá cubrir con infraestructura propia por lo menos 4 mil 75 poblaciones a lo largo y ancho de la República Mexicana.

Su concesión establece que podrá prestar servicios telefónicos públicos de larga distancia nacional e internacional, servicios de valor agregado, transmisión conmutada de datos e instalación y operación de redes privadas de telecomunicaciones requeridas por grandes usuarios. Estos servicios comenzarán a prestarlos a partir del 11 de agosto próximo mediante su propia red y, a partir del 1o de enero de 1997, interconectado a la red básica de Teléfonos de México y los otros siete nuevos concesionarios.

Como se ha podido observar, Miditel no pretende competir contra los grandes consorcios como Telmex, Avante o Alustre, pues a diferencia de éstos, su mercado serán las poblaciones que actualmente no cuentan con el servicio telefónico.

Su director, Carlos Murray Campbell, ha informado que para llevar a cabo su proyecto utilizarán 14 megahertz del satélite Solidaridad Uno. Asegura que este mismo año habrán conectado al servicio telefónico 686 poblaciones rurales del país, generando por lo menos un empleo por punto.

En cinco años, contados a partir de 1996, Miditel invertirá en la nación \$50 millones de dólares en la instalación de su infraestructura. Al comenzar a operar, esta empresa contará con 32 puntos de venta en el país y oficinas generales en la ciudad de México.

Finalmente, hasta el momento no se conocen los socios de Miditel a cuatro meses de tener en sus manos la concesión, sin embargo, su director asegura que negocian con seis compañías de origen estadounidense, canadiense, asiático y europeo, para asociarse.

2.6.3. PCM Comunicaciones.

La empresa PCM Comunicaciones presentó en el mes de enero una solicitud a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para que le autorice competir en el mercado de larga distancia.

En la solicitud, la cual aún no ha sido entregado el título, el presidente del Consejo de Administración de la empresa, Federico Wilkins Chapoy, ofreció cubrir con teléfonos inalámbricos 104 ciudades, unos 6 mil poblados y 30 mil ranchos y rancherías del país con servicios a bajo precio. Además, se aclara que en caso de obtener la concesión incluirá en su proyecto programas especiales de comunicación para servicios de emergencia, seguridad, educación, apoyo turístico, administración municipal, agropecuaria y de pesca de litoral, así como para empresas de energía, petroleras y mineras.

PCM, representada mayoritariamente por los empresarios mexicanos Federico Wilkins Chapoy con 19 por ciento del total de las acciones, Roberto Salmerón con el 16 por ciento, David Ponds y Luis Carlos Toledo, ya estableció una alianza estratégica con la empresa sueca Ericson, como socio tecnológico. Asimismo, planea obtener financiamientos con otros inversionistas nacionales, y una línea de crédito por un total de \$246 8 millones de dólares con el Eximbank.

De acuerdo con su proyecto, tiene planeada una inversión de \$1,048 millones de dólares, de los que \$333 8 millones deberán invertirse en los primeros tres años a partir de la entrega de la concesión, aclara la solicitud.

La tecnología inalámbrica que planea instalar es más económica que la de cables de fibra óptica que los otros concesionarios han ofrecido. Además, esta tecnología es idónea para cubrir mas rápidamente poblaciones que pueden generar un tráfico telefónico moderado.

El director de PCM ofreció crear por lo menos 2 mil empleos directos, prestar servicios a por lo menos 50 millones de habitantes localizados en 104 ciudades e invertir el 4 por ciento de sus ingresos durante los primeros 10 años - \$70.3 millones de dólares- en investigación y desarrollo tecnológico. En estos

primeros años, estiman captar divisas a largo plazo por \$246.8 millones de billetes verdes. Prevé también captar en el mismo periodo \$263.2 millones de dólares por exportaciones.

PCM Comunicaciones proyecta para las zonas fronterizas norte y sur de la República dar cobertura al mayor número de ciudades e incluso una ampliación hacia diferentes regiones de Centro y Sudamérica.

CAPÍTULO III

LA VERDAD DE LA APERTURA COMERCIAL.

En el presente capítulo se analizará el significado de la nueva guerra que se empieza a gestar en nuestro país con respecto a la ya tan nombrada apertura a la competencia en telefonía de larga distancia, qué es el Espectro Radioeléctrico y la fibra óptica y por qué son tan importantes para la telefonía, qué pasa con la entrada a la competencia del servicio local, por qué se sigue protegiendo a Teléfonos de México en este sentido, qué nichos de la población utilizará en mayor grado el servicio de larga distancia, etcétera. Todo lo anterior lo iremos contestando durante el desarrollo del capítulo.

3.1. Comienza la guerra por el mercado.

El primer intento de competencia en el servicio telefónico de que se tiene memoria se le atribuye a México cuando en el año de 1904 la compañía Ericsson se instala en nuestro país y le quita mercado a la antigua operadora llamada Compañía Telefónica Mexicana (1881), quien después cambia su nombre a Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana.

Nuevamente, después de casi un siglo, México experimentará los efectos de la competencia. Teléfonos de México vive sus últimos días de soledad. El año de 1997 marcará la diferencia en cuestión de calidad con una de las guerras comerciales más interesantes de la historia nacional.

Por ello, durante los últimos cinco años los socios nacionales y extranjeros de Telmex se han venido preparando para llegar al campo de batalla totalmente armados. Esta empresa junto con sus competidores pelearán por un mercado de telefonía de larga distancia que vale casi \$3,000 millones de dólares anuales.

Desde ahora podemos notar los beneficios que traerá a la ciudadanía esta competencia: Telmex ha comenzado una agresiva campaña de descuentos en el servicio de larga distancia que van del 25 al 38 por ciento para clientes corporativos y del 20 por ciento para usuarios residenciales. Además, la empresa inicia también una etapa de acercamiento a sus clientes para diseñarles conceptos de servicio a la medida, como paso previo a la entrada de la competencia. Pero ¿por qué hasta ahora este interés por sus clientes que van de simplemente abonados por necesidad a clientes por voluntad? ¿Por qué hasta ahora se preocupan por darnos a conocer, a través de los medios de comunicación, lo que la empresa ha realizado del los últimos años? ¿Miedo? Lo que sí es cierto es que el programa de descuentos dados a conocer a principios del mes de julio no es tan agresivo como se supone. Recuerde nuestro lector que a principios del año se anunciaron aumentos mensuales en el servicio telefónico tanto local como de larga distancia; por lo tanto, no nos dejemos engañar con el viejo truco de "bajar precios después de subirlos".

Sin duda el tema que más ha causado controversia en la S.C.T. encabezada por Carlos Ruiz Sacristán, es la apertura. Uno de los principales

puntos discutidos es el hecho de que los nuevos competidores tendrán que pagar a Teléfonos de México una tarifa llamada de "interconexión" que es una cuota para enlazarse a la red de esta última.

Esta tarifa, que entrará en vigor el 1 de enero de 1997 cuando tengan que interconectarse obligatoriamente los concesionarios, querían que fuera sólo de tres centavos de dólar por minuto, mientras que Telmex quería cobrar casi 30 centavos. Después de largas discusiones en las que nunca se pudieron poner de acuerdo, el Subsecretario de Comunicaciones, Carlos Casasús, tuvo el compromiso de definir la tarifa. Finalmente, ésta quedó en 0.05 dólares por minuto y dentro de tres años bajará a 0.03 dólares.

Las reacciones no se dejaron esperar. Los concesionarios rechazaron esta tarifa alegando que la Secretaría apoyaba a Telmex. Antes de toda esta problemática, los empresarios crearon un frente común contra el "gigante Goliath" para obligarlo a negociar la interconexión.

Este organismo de representación llamado Asociación de Concesionarios de Telecomunicaciones (ACTEL), fue formado legalmente el 20 de diciembre de 1995 con el fin de establecer posiciones frente a las nuevas condiciones de competencia que se darán; esta asociación tiene, además, la capacidad de interlocución frente a las autoridades y más aún de cara a los jaloneos que había estado realizando Telmex, la empresa propiedad de Carlos Slim Helú. Como se ve, esta empresa no estaba tan contenta de que se abriera la competencia. Un ejemplo de lo anterior se observó los primeros días de diciembre del año pasado cuando la telefónica abandonó las pláticas que se seguían para definir el plan de numeración y lo más importante la normatividad que se seguirá para las interconexiones y la prescripción del servicio de larga distancia. La posición asumida por el consorcio motivó las más airadas reacciones. Es más, no faltó quien acusara a la SCT de asumir una actitud complaciente frente a Telmex.

A raíz de esto, las nuevas empresas realizaron consultas derivando en la creación de un frente común que tratará el que se dé una apertura con equidad y en la que se evite que el peso de Telmex pueda favorecerlo. Entre los integrantes de la ACTEL se encontraban en la mesa directiva Manuel Sánchez Lugo de Avantel, como Presidente, Purificación Carpinteyro de Iusacell, secretaria, Raúl Ortega de AT&T, tesorero. También integran a este grupo el señor Benigno Pérez de Investicom, por parte de Marcatel estaría Gustavo de la Garza, así como Cableados y Sistemas que lleva Manuel Vázquez Arroyo Aldrete.

Con esta asociación se logró que Telmex regresara a la mesa de negociación para realudar las pláticas de interconexión, numeración y señalización. Finalmente como no se pudieron poner de acuerdo en las tarifas de interconexión, la SCT tuvo que intervenir como ente regulador y en el mes de abril

se estableció la tarifa. Cabe destacar que dicha tarifa -5.32 centavo de dólar por minuto de interconexión-, bajará a 4.69 centavos para 1988.

Como ya habíamos comentado anteriormente, la interpretación de los concesionarios fue que la decisión favorecía a Telmex, ya que desglosando ese precio, dicen los expertos, la tarifa para interconectar llamadas internacionales de llegada a nuestro país llegará a 25 centavo de dólar por minuto, porque se le suma la nacional que queda en unos 2.5 centavos de dólar. La tarifa nacional se duplica al tomar en cuenta la entrada y salida de llamadas. Esto decían impactará en un 40 por ciento en el precio final que se cobrará a los clientes. Podrá imaginarse el lector lo que ocasionó esta decisión de la autoridad: hasta el hecho de que peligrará la apertura telefónica.

Después de establecidas las tarifas de interconexión, el siguiente punto serán las reglas sobre los planes técnicos de numeración y señalización. Aquí siguieron los estruendos y alaridos y los dimes y diretes. En el documento oficial publicado en el Diario Oficial de la Federación el viernes 21 de junio²⁰ establece las reglas para larga distancia, entre sus puntos más importantes tenemos los siguientes:

PLAN TÉCNICO DE NUMERACIÓN Y SEÑALIZACIÓN

- Los usuarios mexicanos tendremos la oportunidad de escoger a la empresa de nuestra preferencia para el servicio de larga distancia por la vía de un contrato de prescripción o simplemente marcando claves específicas que se asignan a cada empresa. Las claves las daremos a conocer más adelante.
- El servicio local lo seguirá operando Telmex temporalmente, pero después habrá competidores en esta área.
- La selección por prescripción de operador de larga distancia se podrá hacer por escrito o vía telefónica o bien a través de servicio de computo, fax o cualquier otro medio electrónico o de telecomunicación del cual pueda observarse una constancia.
- Los operadores de larga distancia deberán proporcionar servicios de información y recepción de quejas del servicio con acceso las 24 horas y los 365 días del año.
- Se establece que una línea telefónica podrá estar suscrita únicamente a un operador de larga distancia a la vez.
- Cuando el usuario se suscriba con una empresa deberá permanecer con ella por lo menos durante un mes.
- Los modelos de contrato de prestador de larga distancia deberán ser aprobados por la SCT.
- En el capítulo VI se establece la constitución de un Comité de Operaciones de Larga Distancia, que estará encargado de coordinar esta apertura. Además, el Comité deberá contratar a una empresa independiente que se encargará de administrar los datos relacionados con los usuarios del servicio y a la empresa en que están abonados. Este administrador tendrá el control de los clientes morosos y así, permitir a los operadores identificar aquellas personas que tengan adeudos pendientes con algún otro operador del servicio.

Cuadro 7. Principales puntos del Plan Técnico para de Numeración y Señalización para la Larga Distancia.

²⁰ Diario Oficial de la Federación. *Reglas del servicio de Larga Distancia, SCT*; Viernes 21 de junio de 1996, p. 6.

También se publicó en el Diario Oficial el Plan Técnico Fundamental de Numeración²¹, el cual fija la desaparición de las claves lada 91, 95 y 98 y la extensión del número de larga distancia a 10 dígitos (actualmente es de ocho).

PLAN TÉCNICO FUNDAMENTAL DE NUMERACION

- En la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara los números crecerán a ocho dígitos, mientras que en el resto del país serán de siete.
- A partir de 1997, para comunicarse a una ciudad que se encuentre en otro punro denominado larga distancia nacional, el público deberá marcar el 01, después el número de zona y finalmente el número local.
- Para llamadas internacionales se realizará el mismo procedimiento pero anteponiendo la clave 00.
- Para seleccionar a una empresa cada vez que se marque una larga distancia nacional, el usuario deberá digitar 01 más la clave de tres dígitos que se asigne a cada operador y después el resto de los números normalmente. Por ejemplo:

Una llamada de México a Monterrey por Telmex:
01-123-8-3-18-81-00

Cuadro 8. Principales puntos del Plan Técnico de Numeración.
Lo mismo ocurre en una llamada de larga distancia internacional.

Para el mes de julio se definieron las claves de identificación de cada empresa. Con esto se rompía finalmente el monopolio de Telmex en larga distancia nacional e internacional. El usuario podrá elegir a la empresa de su preferencia en cada llamada que realice.

CÓDIGOS DE ASIGNACIÓN

Telmex	123
Teléfonos del Noroeste. Telnor	191
Avantel	111
Iusatel	333
Investcom	234
Marcatel	777
Alestra	288
Unicom	733
Cableados y Sistemas	200
Miditel	100
Telefonía Inalámbrica del Norte	555

²¹ *Ibidem*, p.20.

Ya con estas claves, cada usuario podemos identificar a la empresa por la que deseamos realizar nuestra llamada de larga distancia. Claro que las primeras reacciones fueron que Telmex y Avantel ganaron los códigos más solicitados por los concesionarios. En el caso de Alestra consiguió la clave 288, representativa de AT&T en el teléfono digital.

Pues bien, parece que hasta aquí las reglas han sido plenamente establecidas; sin embargo, la pregunta siguiente es: ¿quiénes utilizamos realmente el servicio de larga distancia?

3.2. *¿Quiénes utilizamos el servicio de larga distancia?*

Parece fácil afirmar que a toda la población mexicana beneficiará la nueva apertura telefónica; sin embargo, habría que analizar este punto más detalladamente. Primeramente, ¿es usted, lector, una persona que realiza mínimamente diez llamadas de larga distancia al día? ¿depende usted de una llamada de este tipo para realizar un negocio que le dejará un capital significativo? si su respuesta es no, quiere decir que es un usuario residencial y no utiliza en gran medida dicho servicio; probablemente, sólo dos o tres veces al mes. Si su respuesta es sí, entonces la cosa cambia. Esto quiere decir que es usted un prominente empresario que depende de la comunicación con otras ciudades de la República Mexicana y/o con el extranjero, o tal vez, no un gran empresario pero sí alguien con un negocio que necesita realizar frecuentemente llamadas de larga distancia.

Estos últimos casos, son los que realmente se verán beneficiados por la entrada a la competencia de otras empresas que ofrecerán el servicio. Son los que más utilizan el teléfono. Es por ello que para Telmex, Avantel y Alestra sus principal nicho de mercado será los grandes corporativos, aunque, como dicen, no descuidarán al usuario residencial.

En el caso de Avantel, la idea es hacerse primero de clientes importantes, Estos clientes generarán un tráfico de llamadas lo suficientemente elevado para que resulte costable instalarles conexiones locales directas.

Para Telmex el problema será mantener el mayor número posible de clientes. Jorge Rodríguez, director de Mercadotecnia de Avantel dijo en una entrevista que "Telmex va a tratar de crear miedo en el mercado, confundirlo y plantear perspectiva erróneas"²². Ellos están conscientes que Telmex invertirá muchísimo más que cualquier otra operadora, pero, dice, no por ello ganará clientes, la gente no olvida con una llamativa campaña de publicidad lo que por años estuvo sufriendo, no teniendo más remedio que resignarse a ese servicio o a

²² Fernández, Joaquín. *Op. cit.*, p. 51.

no tener línea alguna. Incluso el mismo Andrés Ortiz, subdirector de Información y Análisis de Telmex, señaló que el principal problema de la empresa es su imagen ante la sociedad: "el usuario no toma en cuenta lo que se ha hecho en los últimos años, sólo vé lo malo"²³

Los funcionarios de Avantel casi siempre se dirigen a Telmex en tono despectivo; sin embargo, ellos también tendrán que negociar con el gigante mexicano, incluso, serán sus clientes, como las otras empresas, al tener que interconectar sus llamadas de larga distancia con la red local de Telmex. Realmente esta será una relación de odio y amor. Tendrán que sobrellevarse cada una.

A diferencia de Avantel y las otras empresas, Alestra mantiene un tono conciliador con Teléfonos de México. Jorge Escalona, director general de Alestra, ha manifestado en diversas ocasiones que lo importante no sería el hecho de que con la desregulación Telmex pierda su posición monopólica, sino que lo realmente importante es que a consecuencia de la competencia el tamaño del mercado nacional aumentará y, por lo tanto, de la densidad telefónica. Para Alestra su mercado también serán los usuarios potenciales. Para Escalona otro de los retos de la operadora será el convencer al usuario residencial que no correrá riesgos al elegir otra telefónica.

Como hemos observado, el mayor mercado de larga distancia se encuentra en los clientes potenciales. Por lo tanto, si nos damos cuenta donde están poniendo las empresas el mayor kilometraje de fibra óptica, veremos que es en las ciudades con mayor número de negociaciones: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey y, por supuesto, la frontera norte.

A penas el pasado 7 de agosto, Marcatel anunció un contrato con Siemens, el fabricante germano de electrónica y telecomunicaciones, de \$100 millones de dólares para la construcción de una red de fibra óptica que unirá las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey, es decir, el "triángulo dorado", y 20 poblaciones mexicanas más con los Estados Unidos.

A continuación se presenta el calendario de inicio de operaciones de larga distancia a partir de 1997 (Ver cuadro 9).

En este cuadro, se observa las 60 ciudades más importantes de la República Mexicana, en donde se iniciará paulatinamente la competencia a partir del próximo año.

²³ Entrevista con Andrés Ortiz, Lavín, Subdirector de Información y análisis de Teléfonos de México, realizada el 16 de julio de 1996 en las instalaciones de Telmex.

Inicio de operaciones de Larga Distancia

Región 1 1 de enero	Región 2 1 de marzo	Región 3 1 de abril	Región 4 1 de mayo	Región 5 1 de junio
Queretaro, Qro.	Agascalientes, Ags	Cd de México	Ensenada, B.C.	Campeche, Camp.
	Mexicali, B.C.	Chalco, Edo de Méx	La Paz, B.C.	Colima, Col.
	Tijuana, B.C.	Texcoco, Edo. Méx.	Parral, Chih.	Tuxtla Gtz. Chiapas
10 de enero	Saltillo, Coahuila	Toluca, Edo. Méx.	Durango, Dgo.	Lerma, Edo. Méx.
	Torreón, Coahuila	Cuernavaca, Mor.	Celaya, Guanajuato	Chilpancingo, Gro.
Monterrey, N.L.	Cd. Juárez, Chih.		Guanajuato, Gto.	Pachuca, Hidalgo.
	Chihuahua, Chih.		Irapuato, Gto.	Zamora, Michoacán
	León, Guanajuato.		Puerto Vallarta, Jal.	Cuautla, Mor.
	Acapulco, Guerrero.		Los Mochis, Sin.	Tepic, Nayarit.
	Guadalajara, Jal.		Mazatlán, Sin.	Oaxaca, Oaxaca.
	Morelia, Michoacán		Cd. Obregón, Son.	Villa Hermosa, Tab.
	Puebla, Puebla.		Cd. Mante, Tamps.	Tlaxcala, Tlaxcala.
	Cancún, Q. Roo.		Cd. Victoria, Tamps	Coatzacoalcos, Ver.
	San Luis Potosí		Nuevo Laredo Tam.	Córdoba, Ver.
	Culiacán, Sinaloa		Reynosa, Tamps.	Jalapa, Ver.
	Hermosillo, Sonora.		Fresnillo, Zacatecas	Poza Rica, Ver.
	Tampico, Tamps.		Zacatecas, Zac.	
	Veracruz, Ver.			
	Mérida, Yuc			

Cuadro 9. Inicio de operaciones de larga distancia a partir de 1997.
Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Finalmente, podemos señalar que los que más utilizan la larga distancia son esos grandes clientes y que se encuentran laborando en cualquiera de las ciudades citadas y son los que están en la mira de las principales empresas telefónicas -Telmex, Avantel, Alestra, Iusatel-. Para las otras compañías lo importante es obtener por lo menos del 2 al 5 por ciento del mercado, como es el caso de Marcatel e Investcom, lo que les significará permanecer en la lucha por las telecomunicaciones. Miditel no está preocupada por este segmento de mercado, pues su idea es la telefonía rural donde las otras competidoras no han puesto, en gran medida, el ojo.

3.3. *Ventajas y desventajas de la apertura telefónica.*

Lógicamente son más los beneficios que nos traerá a los usuarios mexicanos la entrada a la competencia. Uno de ellos es la mayor calidad que vamos a tener en este servicio. Las empresas evitarán el cruce de líneas, no habrá eco en las llamadas, etc.

Otro beneficio será la ampliación de líneas telefónicas. Hay que recordar que en el título de concesión se obliga a las empresas a cubrir un número de ciudades; esto es que no sólo tratarán de arrebatarle mercado a Teléfonos de México sino que crearán más infraestructura. Desde ahora podemos ver los trabajos de cada una de las competidoras. La que hasta el momento se encuentra más adelantada es Avantel, siguiéndole Alestra e Iusatel; Marcatel a penas hace unos días comenzó la construcción de su infraestructura y las otras, aún no han comenzado.

Para la construcción de su infraestructura, en la que están utilizando fibra óptica, las empresas están haciendo asociaciones estratégicas para construir conjuntamente su red. Esto les evitará gastar grandes montos de capital, porque el costo se dividirá entre las operadoras participantes. Un ejemplo de ellos es el contrato de Marcatel con Investcom para construir su red de larga distancia de 2, 000 kilómetros, la cual tendrá un costo de \$90 millones de dólares; cada una aportará la mitad del capital. A este contrato probablemente se unirán Iusatel y Alestra.

Indudablemente, el mayor beneficio que notaremos los mexicanos será la reducción de las tarifas de larga distancia. Marcatel ha anunciado que dará descuentos de 20 a 25 por ciento por debajo de las tarifas de Telmex, ésta última ha lanzado al mercado un programa de descuentos que van del 20 al 38 por ciento para clientes corporativos y 20 por ciento para usuarios residenciales. Sin embargo, Avantel está segura que el gigante monopolístico nunca estará por debajo de los competidores, "simplemente no podrá".

Por otro lado, una desventaja que sufriremos los mexicanos será el "rebalanceo" de las tarifas locales, o mejor dicho el aumento en los pagos del teléfono. A pesar de que en la inminente apertura telefónica de larga distancia las tarifas a nivel nacional e internacional serán muy atractivas para la competencia de Telmex, en el servicio local los costos se incrementarán paulatinamente. Esto será debido a que Teléfonos continuará la actualización tarifaria, a fin de que la telefonía local llegue a una rentabilidad propia, ya que la empresa se verá impedida de efectuar "subsidios cruzados" que provienen del servicio de larga distancia el cual es el más rentable. Esta hipótesis fue confirmada por funcionarios de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes al ser cuestionados por las desventajas de la apertura.

El subsidio cruzado de Telmex L.D a Telmex local comenzó prácticamente desde su privatización en 1991 cuando se estableció que las tarifas de larga distancia nacional e internacional subsidiarían al servicio local, mientras éste actualizaba sus costos hasta lograr una rentabilidad propia; pero el avance logrado se perdió con la devaluación del 20 de diciembre de 1994 del peso frente al dólar.

El director general de Redes y Radiocomunicación de la S.C.T., Luis Migual Alvarez, dijo que la estrategia de la empresa era que si era rentable la telefonía de larga distancia, parte de las utilidades que lograba las calalizaba como 'subsidios cruzados' al servicio menos rentable. Ahora, esta situación deberá cambiar, por lo que se verá obligada a facturar como un solo servicio, con un solo costo tanto en la interconexión de larga distancia como en la telefonía local.

Por lo tanto, para cuidar sus intereses, realizará aumentos en lo local pues según estimaciones, en los primeros cinco años de apertura esta empresa perderá 40 por ciento de su clientela, estimado en más de nueve millones de usuarios, lo cual se compensará con un previsible crecimiento a 15 millones en ese lapso. En fin, tendremos que estar preparados

3.4. ¿A quién contratar?

¿A quién contratar?, la pregunta del millón. Realmente no hay que tronarse los dedos o dejar de dormir por pensar cuál será la mejor operadora. Esto lo veremos con el tiempo, cuando cada una tenga la oportunidad de darse a conocer, de ofrecer lo mejor de sus servicios. No porque Avantel, Alestra e Iusatel tengan instalada la mayor cantidad de fibra óptica o, porque Marcatel, Investcom, Miditel y Sistemas y Cableados vayan a tener menos número de suscriptores para darles mayor atención, quiere decir que sean una u otra las mejores. Lo que debemos saber hacer es cómo escoger telefónica.

Las reglas de competencia establecen que los mexicanos podremos escoger a partir del 11 de agosto a una empresa prestadora del servicio de larga distancia. A la casa del usuario llegará una boleta con los nombres de las empresas competidoras que tendrán la posibilidad de ofrecerle servicios (no todas operarán a nivel nacional).

Estas boletas comenzarán a llegar a partir del tercer trimestre del presente año en diferentes ciudades, dependiendo de su densidad telefónica, a razón de mayor a menor. El usuario simplemente tendrá que tachar una de las empresas impresas en la boleta y enviarla a una dirección que estará indicada en la misma.

En menos de un mes recibirá una llamada telefónica que le indicará que está suscrito a la empresa que eligió. A partir de esa fecha recibirá en su domicilio dos facturas, una por el servicio de larga distancia y la otra por el local.

En el mes de enero de 1997 las claves fada 91, 95 y 98 serán sustituidas por las combinaciones 00 para llamadas de larga distancia internacional y 01 para las llamadas nacional. Como el cambio será paulatino, a cada usuario se le indicará cuando iniciarlo en su línea. Todo este proceso será coordinado y supervisado por el Comité de Supervisión del Sistema de Prescripción, que estará compuesto por las empresas concesionadas.

En caso de que el usuario no mande de regreso la boleta, seguirá operando con Telmex. En menos de tres meses se le desactivarán las marcaciones 00 y 01. En este momento en vez de utilizar estas combinaciones, deberán marcar los tres dígitos de identificación de cada empresa (123, Telmex; 111, Avantel; 288, Alestra; etc).

Entonces, si el usuario no se suscribe a una sola empresa mediante la boleta de activación, cada vez que realice una llamada de este tipo podrá escoger una diferente o siempre a la misma si lo desea.

Ahora que hablamos de a quién elegir, es importante reconocer que los nuevos *carriers* (operadores) tendrán un fuerte trabajo por realizar; primeramente darse a conocer y posteriormente, dar la calidad que todos esperamos en sus servicios. Deben de tener en cuenta que no por suscribirse a una compañía, tendrán al cliente asegurado. Los contratos serán por un mes mínimo pero si en ese lapso de tiempo otra telefónica ofrece descuentos y/o promociones más atractivas, el usuario podrá marcar las claves de acceso de esta última; es decir, el usuario no está casado con una sola empresa.

Sin embargo, según especialistas, la clave para competir contra la firma dirigida por Jaime Chico Pardo está en la *prescripción de clientes por ciudad*. Porque, por ejemplo, en el caso de Estados Unidos donde la apertura para competir contra AT&T comenzó con prescripción, al cabo de los años se ha visto que sólo poco más del cinco por ciento de las llamadas de larga distancia se realiza con *claves de identificación* ya que la mayoría de los usuarios realiza su tráfico -por sencillez de marcación- a través de la compañía con que se suscribieron.

Por otro lado, como ya se ha expuesto anteriormente, los mexicanos tendremos la oportunidad de contratar a la empresa que nos ofrezca mayores beneficios como calidad, tarifas accesibles y un trato personalizado a cada cliente; además de lograr una mayor cobertura y penetración del servicio. De ser así, se comenzará la verdadera apertura comercial del servicio de larga distancia en México.

Claro está que es la competencia de larga distancia, pero ¿realmente el usuario residencial será en gran medida partícipe de los beneficios de dicha apertura? ¿Cuántas veces al mes, querido lector, realiza llamadas a otros estados de la República o al extranjero? Por lo tanto, podríamos preguntar ¿quiénes son los verdaderos beneficiados? Pues, simplemente los grandes consorcios, los empresarios, los medios de comunicación y las mismas dependencias de Gobierno que se valen de este tipo de llamadas para realizar sus negocios a lo largo y ancho del territorio nacional y más allá aún. Ellos son los mayormente beneficiados.

Para terminar, realizaremos una pregunta más: ¿Cuándo veremos los usuarios *comunes y corrientes*, los que no utilizamos tanto la larga distancia, las ventajas de este cambio? La respuesta es simple:

Cuando se abra a la competencia el servicio telefónico local, cuando Telmex deje de ser monopolio en este sector; será entonces cuando veremos los verdaderos beneficios de poder escoger empresa telefónica, de ser clientes y no un usuario más. ¿Hasta cuándo viviremos tal situación? ¿Usted lo sabe?

CAPÍTULO IV

UNA VISIÓN AL FUTURO

4.1. El futuro de Teléfonos de México

La empresa Teléfonos de México, S.A. de C.V. durante 1995 incrementó en 308,509 las líneas en servicio, por lo que al finalizar el año alcanzó un total de 8'801,030 líneas en servicio, lo que representa un aumento del 3.6 por ciento con respecto al año de 1994.

En el presente año, esta empresa telefónica ha dejado de invertir las cuantiosas sumas de capital en infraestructura que desde su privatización comenzó a gastar. Este y los próximos años sus inversiones serán del orden de los 700 millones de dólares anuales, a diferencia el ritmo de 2,200 millones que mantuvo de 1991 a 1994. Actualmente, su preocupación prioritaria ya no es la infraestructura, pues cuenta con la tecnología más avanzada en cuestión de telecomunicaciones; ahora el problema es la mala imagen que por años se ha propagado a toda la población tanto nacional como extranjera. Hoy día, Telmex tiene la firme convicción y necesidad de mejorar su imagen, si no es así, en pocos años -con la apertura comercial- perderán un importante sector de la clientela telefónica, que desde este momento las novel empresas telefónicas se están disputando una rebanada del jugoso pastel de la clientela nacional.

Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, Telmex se encuentra colocada como una de las empresas con más altos rendimientos por acceso en América Latina y el Caribe; sus ingresos se encuentran por arriba de los mil dólares por línea, 21.4 por ciento superior a las de los principales operadores de la región e inclusive están un 35 por ciento encima de las "Baby Bell's" de Estados Unidos. (Ver cuadro 10)

TELECOMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

(Datos de 1994, cifras en dólares)

<i>Empresa</i>	<i>País</i>	<i>Ingreso por línea</i>	<i>% del ingreso en inversión</i>	<i>% de digitalización</i>
Telmex	México	1,015	29%	83%
TOI	Jamaica	936	55%	100%
Telefónica	Perú	884	28%	54%
Antelco	Paraguay	868	16.4%	57%
Telebras	Brasil	851	43%	36%
Promedio				
18 empresas		836	39%	61%
7 baby Bells		752	21%	70%

Cuadro 10. Telecomunicaciones en América Latina y el Caribe

FUENTE: Datos obtenidos del informe anual del Perfil de Telecomunicaciones de las Américas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones efectuado en Brasil, en el mes de mayo de 1996.

Por otro lado, Teléfonos de México comienza su internacionalización comenzando en los Estados Unidos de América. En estos momentos un grupo de abogados trabaja en complementar los trámites legales necesarios que permitan

el acceso legal de la telefónica mexicana al competido mercado telefónico estadounidense. Esta táctica es parte de los planes de Carlos Slim para fortalecer a Telmex ante los competidores que se aprestan a participar en nuestro país. "Si los estadounidenses han decidido tomar parte en la apertura mexicana, Teléfonos de México busca a su vez competirles allá", expresaba en cierta ocasión el empresario.

La idea de la empresa telefónica es captar los tramos de larga distancia que se generen desde la frontera mexicana hacia el país vecino del norte; para esto, cuenta con el apoyo de sus socios, South Western Bell, France Telecom y Spring. Hacia Europa también cuentan con un asociado: Deutsche Telecom. Se sabe de antemano que habrá zonas de la Unión Americana que no podrán tocar, dada su sociedad con una de las baby bells. La intención de Slim y los suyos es tener todo listo para el momento en que comience aquí la competencia. Obviamente se interconectarán con las empresas locales de Estados Unidos. Así que el proyecto de expandirse hacia ese país por parte de Telmex, ya comenzó. Asimismo, Grupo Carso (dueño de Telmex) ha adquirido el control de la tercera compañía más importante de EU que presta servicios de Internet. Prodigy.

Adicionalmente trata de adquirir valores nominativos de derechos del Grupo Medcom y de algunas otras corporaciones, como en el caso de Cablexión, en donde el proceso ya está avanzando.

Por lo que se puede apreciar, Teléfonos de México tiene un brillante porvenir, sin embargo, no todos opinan lo mismo. Desde ahora las encuestas realizadas por diversos medios han demostrado que la empresa perderá por lo menos el 40 por ciento de sus suscriptores al iniciarse la competencia en el servicio de larga distancia. Incluso, funcionarios de la misma han puesto pretexto en todo lo relacionado con la apertura: si las tarifas de interconexión son bajas para Telmex, que los cambios a la numeración y señalización que entrarán en vigor en menos de seis meses serán forzados, y esto pondrá en riesgo la infraestructura telefónica en tal magnitud de parar el sistema del país, generando caos y pérdidas multimillonarias. ¿Será que los de Telmex tienen miedo a la competencia?

Los empresarios de las empresas concesionadas aseguran que esto es totalmente falso y lo que sucede es que la telefónica mexicana quiere poner el mayor número de pretextos a fin de tratar de tener más tiempo en mejorar su imagen y no perder tanta clientela, pero los usuarios no olvidan tan fácilmente lo que por décadas sufrieron gracias al monopolio, dicen.

Ni un profeta podría adivinar lo que pasará con Telmex en lo sucesivo; sin embargo podríamos asegurar que por muchos años todavía veremos peleando por mercado al que alguna vez fue el único proveedor del servicio telefónico, porque no hay que olvidar que es quien tiene instalado mayor kilometraje de red

de fibra óptica, tiene una gran infraestructura y, además, mientras no se abra la competencia en lo local, seguirá siendo monopolio.

Teléfonos de México, en fin, seguirá proporcionándonos el servicio telefónico, pero es muy probable que después de tantos años, por fin lo dé con calidad, eficiencia y precios accesibles.

Aunque usted no lo crea.

4.2. ¿Qué pasará con la competencia?

Los competidores de Telmex a partir de agosto, unos, y enero de 1997, los restantes comenzarán a tener una ardua labor para obtener el mayor número de suscriptores, iniciarán realmente la lucha por el mercado de las telecomunicaciones.

El sector de arranque de las empresas que comienzan su carrera en agosto (Avantel, Alestra, Iusatel y, por su puesto, Telmex), serán las grandes y medianas empresas que detentan 35 por ciento de las líneas telefónicas en el país con amplios flujos de tráfico y, que para Telmex representan alrededor de 90 por ciento de sus ingresos.

Un paso previo a la competencia es la creación de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofete). Esta Comisión tendrá a su cargo regir las telecomunicaciones al margen de criterios políticos. Tendrá cuatro comisionados y se hará cargo de supervisar y vigilar las concesiones en materia de telecomunicaciones. Cabe señalar, que estas están divididas en: redes públicas, comunicaciones vía satélite y radioespectro.

Luego de las implicaciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones, el otorgamiento de las concesiones para larga distancia, y estira y alioja de Telmex, las empresas y la autoridad en asuntos tan espinosos como los costos de interconexión y la prescripción, entre otros, se estima que la verdadera guerra aún está por venir.

Se espera que el sector con el que se abre la competencia de larga distancia crezca en forma muy importante en los próximos años y no casualmente sea el que mayor utilidades genere para los operadores. Se estima que en un mercado de servicios de alrededor de 13 mil millones de dólares, las líneas residenciales sólo generen alrededor de mil millones de dólares, contra alrededor de 12 mil millones que generen los grandes usuarios.

Por otro lado y entrando en materia de ¿qué va a pasar con la competencia de Teléfonos de México? Según comentarios del director general de Redes y

Radiocomunicación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Luis Miguel Alvarez, serán los propios jugadores dentro del mercado quienes sabrán si sus inversiones son rentables o no; y "estamos seguros de que habrá quienes en el futuro no salgan con sus números porque no previeron que la competencia será muy fuerte; sin embargo, habrá otros que no quiebren necesariamente sino que se metan a explotar ciertos nichos del mercado que los grandes *carriers* no estén explotando".²⁴

Lo anterior dá a conocer la posibilidad de que algunas de las empresas que ya han recibido su título de concesión no puedan sobrevivir a las presiones, descuentos, infraestructura, entre otros, de las empresas más fuertes.

Casi se puede asegurar que las compañías con mayor posibilidad de quiebra son: Cableados y Sistemas, Miditel e Investcom y con mucho menos posibilidades, Marcatel, sin embargo, ésta última tampoco está posicionada entre las mayores competidoras de Telmex. Mirando el otro lado de la moneda, las que se ubican como los dolores de cabeza del hasta hoy monopolio, son: Avantel, Alestra con su unión con Unicom y en menor grado, Iusatel.

Esta afirmación tampoco quiere decir que eso es lo que va a pasar, sólo se está explicando lo que los mismos empresarios en telecomunicaciones han señalado; por ejemplo, Gustavo de la Garza, dueño de Marcatel, asegura que los primeros dos años de competencia la empresa reportará números rojos. Ellos saben que será una empresa pequeña y calculan posicionarse en el mercado con apenas el 2 por ciento.

En el caso de Investcom, este *carrier* necesitará dar servicio a por lo menos 120 mil personas en su primera etapa para operar en forma rentable, y esto lo sabe su director Benigno Pérez.

Para Miditel el hecho de competir con Telmex y los otros grandes operadores, sabe que es casi imposible, por eso ha diseñado una estrategia que los otros no tomarán muy en cuenta: su mercado serán las poblaciones que no tienen servicio telefónico actualmente. Miditel planea instalarse en 5,000 comunidades rurales y suburbanas a lo largo y ancho de la República Mexicana, al contrario de Alestra, Avantel y Telmex que se posicionarán como los principales operadores de larga distancia en las ciudades más pobladas del territorio nacional. Tal vez con esta táctica logre salir adelante, pero nada es tan redituable como las llamadas de largas distancias en las ciudades donde se encuentra el mayor porcentaje de población.

Luis Miguel Alvarez asegura que estas empresas no necesariamente desaparecerán. Explica que si sus números en larga distancia no les favorecen,

²⁴ Entrevista con Lic. Luis Miguel Alvarez Alonzo, director general de Redes y Radiocomunicación de la S.C.T. Efectuada en las instalaciones de la Secretaría el 13 de junio de 1996, duración: 2:25 hrs.

tendrán que ir adecuándose a nichos de mercado que le sean rentables. Habrá quienes se especialicen en una cosa o en otra, y "habrá definitivamente quienes no la hagan y si no la hacen pues sí truenan y si truenan, pues así es el mercado".

Será el próximo año cuando veamos la verdadera guerra por el mercado de las telecomunicaciones y será a partir de ese 1997 cuando las empresas comiencen a sudar y a luchar por satisfacer las necesidades de sus clientes para que éstos no cambien a otro *carrier* que le ofrezca mejores precios, calidad y atención personalizada. Todo esto se empazará a vislumbrar a partir de enero próximo.

4.3. Los usuarios y el nuevo cambio.

Más que hablar de usuarios, ahora podremos ponernos la camiseta de clientes y no simplemente personas que necesitan el servicio telefónico dejando que Teléfonos de México nos maneje a su antojo; hasta hoy.

Según un informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), con la apertura telefónica de larga distancia el mercado mexicano en las telecomunicaciones alcanzará para el año 2000 alrededor de 20 mil millones de dólares y una densidad telefónica de 16.6 líneas por cada cien habitantes²⁵.

Sin embargo, el mismo informe asegura que nuestro país no podrá llegar a la densidad en la telefonía de 20 líneas por cada cien habitantes; y para llegar a lo estimado -16.6 líneas- se tendrá que concretar la competencia de las "cuatro o cinco empresas de larga distancia". Asimismo, plantea que son variables las predicciones para el tamaño del sector telecomunicaciones, aunque las predicciones son que éste se duplique con respecto a la cantidad actual, de tal forma que alcanzará alrededor de 20 mil millones de dólares el mercado de larga distancia a fin de siglo.

Se dice que este mercado tendría ganancias de entre cuatro y cinco mil millones de dólares, lo suficiente para atraer una alta inversión extranjera siguiendo el inicio de la competencia que iniciará formalmente en enero de 1997.

Actualmente en México hay más de ocho millones 500 mil líneas telefónicas en funcionamiento; mientras que los suscriptores de celulares son casi de 600 mil. La densidad telefónica es de 9.25 por cada cien habitantes, y en lista de espera existen alrededor de 200 mil.

²⁵ Informe anual de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. *Perfil de Telecomunicaciones de las Américas*. Río de Janeiro, Brasil, mayo de 1996.

Todo este informe, que fue base para la presentación de de "American Telecom" en Río de Janeiro, Brasil en el pasado mes de mayo, concluye que en México cada vez se abre más el mercado de las telecomunicaciones y esto permitirá incrementar el número de líneas telefónicas por habitantes. La idea es llegar a las poblaciones más apartadas de las grandes urbes para evitar, de una vez por todas, la escasez de teléfonos y, por lo tanto, la poca comunicación entre los pobladores de una región con el resto de los habitantes del territorio nacional. Todo esto traerá enormes beneficios al país como inversiones en infraestructura de las telecomunicaciones, entre otras inversiones.

Ahora, con los nuevos cambios que estamos o estaremos experimentando en poco tiempo los mexicanos, podremos vivir la experiencia de exigir un buen servicio telefónico. Sin duda, son innumerables los beneficios de esta apertura comercial en lo relacionado con la larga distancia; sin embargo, como lo hemos estado mencionando, los verdaderos beneficios para los usuarios residenciales vendrán con la apertura en lo local.

Hasta el momento, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ha recibido más de 500 solicitudes de compañías interesadas en operar los nuevos servicios de telefonía inalámbrica. Son éstas las que podrán competir en telefonía local, porque no es rentable competir en el servicio local instalando teléfonos cableados, como los que tiene Telmex.

Además, desde el invento del telégrafo hace más de 150 años, es ahí donde nacen las telecomunicaciones. El teléfono cambió el concepto de la comunicación a distancia, porque permite interactuar a las personas. Con el paso de los años han aparecido más productos que aseguran que las telecomunicaciones son inalámbricas por excelencia. Una prueba de lo anterior son los teléfonos celulares, los radiolocalizadores, las señales de televisión, radio de doble vía y hasta las conferencias telefónicas transcontinentales.

Lo que va de este año se ha dedicado a regularizar las comunicaciones inalámbricas. Estos servicios utilizan un espacio que se encuentra encima del territorio nacional (el cielo) llamado Espectro Radioeléctrico Nacional. El espectro será subastado a partir de agosto próximo para concesionarlo a la empresa que más ofrezca pagar.

Todo lo anterior, redundará en que las nuevas reglas en los sistemas inalámbricos permitirán que muy pronto llegue la competencia en el servicio telefónico local.

Para Jaime Chico Pardo, director general de Telmex, lo ideal para que haya competencia es que la cobertura en el sector deberá darse mediante una combinación de sistemas alámbricos (Telmex) e inalámbricos (competencia).

Poco a poco los mexicanos nos iremos acostumbrando y adecuando a los nuevo cambio. Ojalá sea de grandes ventajas para toda la población y para la economía del país. Puede ser un buen principio para la recuperación económica de México y salir de la crisis que ha dejado en tan lamentable situación a la mayoría de las familias mexicanas.

CAPÍTULO V

PROYECTO DE SERIE RADIOFÓNICA

"TELECOMUNICACIONES. LA NUEVA ERA"

5.1. Programa.

"Telecomunicaciones. La nueva era".

5.2. Justificación.

La globalización de la economía ha provocado una revolución tecnológica, y los fenómenos que determinan las características del concierto mundial son cada día más complejos. Por lo tanto, informarse de estos tópicos, se ha vuelto una necesidad ineludible. El conocimiento y apreciación del ambiente externo que rodea a la empresa, se ha tornado en un factor de primerísima importancia para la toma de decisiones. El empresariado, es un auditorio radiofónico muy selectivo de la información que alimenta sus estrategias; y por ende, elige con mucho cuidado las fuentes que proporcionan dicha información.

Es esta situación, la que ha obligado a los comunicadores de *Nova Radio*, a dirigir sus esfuerzos hacia la producción de programas radiofónicos, acordes a nichos de mercado específicos como lo es el sector empresarial. Por lo tanto, "Telecomunicaciones. La nueva era", forma parte de una serie de reportajes en busca de la adaptación continua a las necesidades de información del mercado empresarial; en este caso, dirigido al ramo de las telecomunicaciones y afines, siempre llevando la consigna de dar a conocer los cambios trascendentales de la industria en cuestión, con un enfoque crítico pero objetivo.

5.3. Objetivos

5.3.1. Generales.

- "Telecomunicaciones. La nueva era" tiene como objetivo principal, lograr a través de un radioreportaje, que el sector empresarial interesado en el ramo de las telecomunicaciones, esté enterado de los cambios y los procesos inherentes a ellas- que en materia de telefonía de larga distancia, experimentará nuestro país a partir de 1997".
- Informar a la población el verdadero significado de esta apertura; así como las ventajas y las desventajas de poder escoger una empresa diferente a la hasta hoy impuesta.

5.3.2. Particulares.

- Plasmar de manera sencilla, clara y ágil el contenido del programa.
- Lograr que exista una estrecha comunicación entre el conductor del programa y el radio-escucha.

5.4. Antecedentes.

Hablar de competencia telefónica en radio es realmente innovador, puesto que en antaño no se contaba con otras alternativas comerciales para el consumo de este servicio. Por lo tanto, no había razón para dedicar un espacio radiofónico a dicho tema.

Por otra parte, se sienta así, un precedente de importancia en la actividad informativa. Aprovechando la coyuntura globalizadora de la actividad económica, las comunicaciones se han convertido en pilar del crecimiento social de las civilizaciones contemporáneas.

Antes de "Telecomunicaciones. La nueva era", el tema ha sido abordado en programas radiofónicos, cuya tendencia es la vocación informativa en pro de los negocios y actividades en general. Por lo tanto, el impacto informativo pierde fuerza. El análisis mesurado de los cambios tecnológicos y sus repercusiones económicas y sociales, sólo tiene efectividad cuando su estructura informativa es lo suficientemente clara y precisa.

Sin embargo, existen en la radio actual algunos programas dedicados a temas como los de tecnología y de negocios:

- Stereo Rey. 102.5 Mhz FM. Cúpula Empresarial. Conducción: Ramón Beteta. Horario: 9:00 a 10:00 Hrs., de lunes a viernes. Sinopsis: Programa en vivo sobre la problemática económica en México y el mundo.
- Stereo Rey. 102.5 Mhz FM. Entorno (Su diario hablado). Conducción: Eduardo Torre Blanca. Horario: 20:00 a 20:30 Hrs., de lunes a viernes. Sinopsis: Programa en vivo sobre información política, social y económica del país.
- Stereo Rey. 102.5 Mhz FM. Minutencias. Conducción: Luis Felipe Pis. Horario: 20:30 a 21:00 Hrs., de lunes a viernes. Sinopsis: Programa en vivo sobre información y comentarios de la economía y finanzas de México.
- radio Red. 1110 Mhz AM. Negociando. Conducción: José Ramón Pieza. Horario: 21:00 a 22:00 Hrs., viernes. Sinopsis: Programa en vivo sobre información y comentarios de la economía y finanzas de nuestro país.

5.5. Temporalidad.

El programa tendrá una periodicidad semanal -cada lunes-, ya que los temas abordados son de índole tecnológica y por lo tanto se necesita un lapso de tiempo para realizar y estructurar una investigación que respalda cada emisión. Además, la principal razón, es la de que el radio-escucha pueda investigar por su cuenta el tema tratado en la emisión de la semana.

La duración de cada emisión será de 30 minutos, puesto que la estructura del mismo permite distribuir de forma equitativa la información abordada en esa fecha. Si el programa durará una hora, el auditorio terminaría perdiéndose con tanta información.

"La nueva era" será transmitido a las 20:00 hrs. con la finalidad de que el radio-escucha se encuentre fuera de sus labores cotidianas y pueda poner una mayor atención a los temas actuales que le interesan. La permanencia de la serie al aire será por lo menos de un año. En este lapso, el público meta podrá actualizarse en materia tecnológica, la cual día a día va desarrollándose nuevos caminos hacia el siguiente milenio. Así, "La nueva era" permanecerá a la vanguardia de la información.

5.6. Modalidad de producción.

Al ser "La nueva era" un programa tecnológico necesitará de una mezcla de producción en frío y en caliente. Las cápsulas que apoyarán la emisión de cada semana serán grabadas y las entrevistas y la transmisión será en vivo.

5.7. Género radiofónico.

El género abordado en el programa de radio será prácticamente un gran reportaje, puesto que es este el más completo de los géneros radiofónicos en el que se puede utilizar entrevistas, crónicas e información en general para los radio-escuchas.

5.8. Público meta.

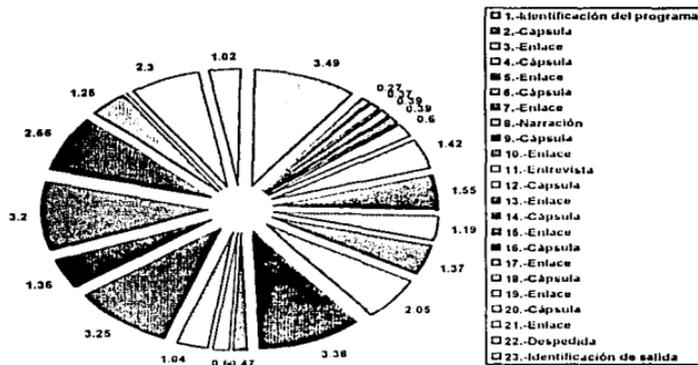
El público al que va dirigido este programa fluctúa entre los 25 y 55 años de edad, de ambos sexos y de un nivel socioeconómico medio-alto, ya que la mayoría del auditorio estaría compuesto por: estudiantes, profesionistas, y empresarios del ramo de la ciencia y la tecnología.

Así mismo, es este radio-escucha el que está más interesado e inmerso en la vida social, económica, cultural y política de nuestro país, ya sea por su desarrollo profesional o simplemente por mantenerse a la vanguardia de la información tecnológica a nivel nacional e internacional.

5.9. Estructura.

SECCION	FORMA	TIEMPO APROXIMADO
1.- Identificación del programa	Rúbrica	39"
2.-Cápsula	Dramatización	39"
3.-Enlace	Introducción	60"
4.-Cápsula (invento del teléfono)	Dramatización	1' 42"
5.-Enlace (información)	Informativo	1' 55"
6.-Cápsula (Primer enlace telefónico en México)	Dramatización	1' 19"
7.-Enlace (concesiones)	Informativo y opinión	1' 37"
8.-Narración (presentación de empresas)	Informativo	2' 05"
9.-Cápsula (La Decena trágica)	Dramatización	3' 38"
10.-Enlace (Telmex)	Reflexión y opinión	47"
11.-Entrevista (S C T)	Informativo	60"
12.-Cápsula (Problemas telefónicos)	Dramatización	1' 04"
13.-Enlace (Telmex y competencia)	Informativo	3' 25"
14.-Cápsula (Años 20's)	Dramatización	1' 36"
15.-Enlace (Problemas de interconexión)	Informativo	3' 20"
16.-Cápsula (Años 40's)	Dramatización	2' 56"
17.-Enlace (Beneficios)	Informativo	1' 25"
18.-Cápsula	Dramatización	1' 49"
19.-Enlace	Informativo	2' 30"
20 -Cápsula(1990)	Dramatización	1' 02"
21.-Enlace (Conclusiones)	Editorial, entrevistas y conclusiones	3' 49"
22.-Despedida	Creditos	27"
23.-Identificación de salida	Rúbrica	37"
		total = 36'21"

5.10. Reloj de producción.



5.11. Cronograma.

El programa tendrá una duración al aire de una año como mínimo, en el que cada emisión se abordarán temas de telecomunicación y tecnología de actualidad. El tema que se presenta en esta ocasión es "la apertura comercial del servicio de larga distancia en nuestro país"; Así mismo, en las siguientes emisiones trataremos temas como el servicio telefónico local, los satélites, la televisión directa por cable, los radiolocalizadores, la telefonía celular y las concesiones para el espectro radioeléctrico, entre otros temas. Es decir tópicos de vanguardia en materia de telecomunicaciones y, lógicamente otros de índole tecnológico.

PROGRAMA	TEMA	SINOPSIS
Programa 2	Telefonía Local	Telmex sigue siendo monopolio en lo que se refiere a telefonía local. Algunas empresas que ofrecen el servicio de larga distancia buscan competir con Telmex en lo local.
Programa 3	Satélites	los problemas existentes a causa de las concesiones que dará la SCT a interesados.
Programa 4	El Espectro radioeléctrico	Explicación de lo qué es y quiénes lo utilizan. Problemas que se han causado por la mala distribución.
Programa 5	La Telefonía Celular	Mesa redonda entre representantes de las dos compañías prestadoras del servicio.
Programa 6	Los Radiolocalizadores	¿Desaparecerá la competencia en esta tecnología o seguirá desarrollándose?
Programa 7	Telefonía Inalámbrica	¿La telefonía inalámbrica complementará a la alámbrica o, con el nuevo milenio, ésta última tenderá a desaparecer?
Programa 8	DTH o Televisión Directa por cable	El nuevo milenio de la televisión. Presentación de las empresas que ofrecen el servicio.
Programa 9	Teleconferencias	La innovadora tecnología que ha revolucionado la comunicación en el mundo entero.
Programa 10	Banda Civil o Trunking	Problemas con respecto a la interferencia por el medio ambiente.

5.12. Recursos humanos.

Para la realización y producción de "Telecomunicaciones. La nueva era", se requiere de un equipo humano conformado por:

- Dos reporteros.
- Un guionista.
- Dos conductores (hombre y mujer) de 25 años aproximadamente.
- Tres actores para dramatizaciones.
- Un operador.
- Un musicalizador.
- Un efectista.

5.13. Requerimientos materiales.

Dentro del equipo electrónico que se necesita, se encuentran:

- Una consola mezcladora.
- Un amplificador.
- Un ecualizador.
- Dos tornamesas.
- Dos grabadoras de cassette.
- Una grabadora de carrete abierto.
- Dos reproductores de CD's.
- Tres micrófonos omnidireccionales.
- Una cabina de locución.
- Una cabina de control técnico.
- Dos grabadoras de reportero.

Materiales:

- Hojas tamaño carta.
- Clip's.
- Cassettes.
- Cintas de carrete abierto.
- Discos compactos.
- Discos de efectos.
- Revistas tecnológicas.

- Plumas.
- Colores.
- Lápices.

CAPÍTULO VI

GUIÓN TÉCNICO

"TELECOMUNICACIONES. LA NUEVA ERA"

PROGRAMA: **Telecomunicaciones. La nueva era**

MUSICALIZACION

Fichas fonográficas:

1. CD. 1. Pink Floyd the dark side of the moon, Pink Floyd, Track 2, On the run. 3'51".
2. CD. 2. Música prehispánica, Track 4. 2' 52".
3. CD. 3. Cantos ferrocarrileros, Oscar Chávez, Track 14. La rielera. 2' 41".
4. CD. 4. Best of Mozart, Mozart, Track 3, Allegro. Sonata No16 3' 20".
5. CD. 5. Aidalaj Mecano, Track 6, 1917. 4' 12".
6. CD 6. The world of the Symphony, Symphony No 9, Beethoven, Track 3 Adagio milto a Cantabile. 16' 09".
7. CD 7. Los poetas de la guitarra nostalgias, Track 7. 2' 54".

Cassette 1. Lo mejor de la salsa, Vol 1, Track 1. 3' 11".

INSERTS	DURACIÓN
ENTREVISTAS	
Lic. Luis Miguel Alvarez, Director de Redes y Radiocomunicación.	1' 00"
Lic. Andrés Ortiz, Subdirector de Información de Telmex.	2' 32"
Ing. José María Zubiria, Director de Finanzas de Avantel.	2' 10"
Lic. Carlos Casasús, Subsecretario de Comunicaciones de SCT.	1' 31"

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

79

PROGRAMA: *Telecomunicaciones. La nueva era*

DURACIÓN: 36.21 Mminutos.

FECHA DE GRABACIÓN: 9 de noviembre de 1996.

GUIÓN Y MUSICALIZACIÓN: Yazmín Alejandrina Mora Ruiz.

PRODUCCIÓN: Yazmín Alejandrina Mora Ruiz.

DIRECCIÓN: Yazmín Alejandrina Mora Ruiz.

LOCUTORES: Ana María Flores.
Marcos Collazo.

ACTORES: Georgina Almazán.
Francisco Javier Cervantes.
Yadira López.
Yazmín A. Mora.
Mario Alberto Pérez.

OPERADOR: Ernesto Cano.

PROGRAMA: LA NUEVA ERA HORARIO: 20:00 hrs.
 GUIONISTA: YAZMIN A. MORA RUIZ PRODUCCION: YAZMIN A. MORA
 1 OP. ENTRA RÚBRICA DEL PROGRAMA, PERMANECE Y BAJA A FONDO.

2 LOCUTOR 1: XERN. Nova Radio.

3 La radio al servicio de la ciencia.

4 Presenta:

5 OP. SUBE RÚBRICA Y FONDEA.

6 LOCUTOR 3: Rapidez.

7 OP. CHISPA DE EFECTO DE AVIÓN.

8 LOCUTOR 3: Cobertura.

9 OP. CHISPA DE EFECTO DE RADAR.

10 LOCUTOR 3: Eficiencia.

11 OP. CHISPA DE EFECTO DE COMPUTADORA.

12 LOCUTOR 3: Resultado... Calidad.

13 OP. CHISPA DE EFECTO DE TELEFONO DIGITAL. SUBE MÚSICA. BAJA A FONDO.

14 LOCUTOR 3 (REVER): Telecomunicaciones. La nueva era.

15 OP. SUBE Y MEZCLA CON MÚSICA PREHISPÁNICA. PERMANECE Y BAJA A FONDO.

16 LOCUTOR 2 (REVER): Siglo XVI.

17 OP. EFECTOS DE CALLE Y DE PASOS CORRIENDO.

18 CITLI: (RESPIRACION RÁPIDA) Tengo que llevar este mensaje

19 a la ciudad de Tenochtitlan lo más rápido posible. Es necesario.

20 OP. SUBE LA MÚSICA Y EL EFECTO DE PASOS CORRIENDO. BAJA A FONDO HASTA

21 DESAPARECER.

22 LOCUTORA: Cuando el nuevo invento de Alexander Graham Bell llegó en

23 1878, revolucionó la era de las comunicaciones, pues era increíble

24 poder escuchar la voz a distancia por medio de un aparato en e

25 que no se veía imagen alguna.

26 La primera conferencia de larga distancia de que se tiene memoria

1 en nuestro país, se efectuó entre dos miembros de las comisarías
2 de Tlalpan y la capital.

3 A partir de ese momento, México se comenzó a colocar entre los
4 países con mayor cobertura telefónica.

5 OP: ENTRA DE FONDO MÚSICA DE LA REVOLUCIÓN Y EFECTOS DE DISPAROS.

6 LOCUTORA Sin embargo, durante la Revolución Mexicana las balas y los
7 cañonazos tumbaron varios de los postes que sostenían las más
8 de 13 mil líneas instaladas.

9 OP: SALE MÚSICA Y EFECTOS ENTRA MÚSICA CLÁSICA, BAJA A FONDO.

10 LOCUTOR 2(REVER): 1876.

11 OP. SUBE MÚSICA, PERMANECE Y BAJA A FONDO. EFECTO DE VOZ A TRAVÉS DEL

12 TELÉFONO.

13 ALEXANDER: (GRITANDO) ¡Señor Watson! Señor Watson! Venga lo necesito!

14 WATSON: (SORPRENDIDO PERO ALEGRE) Señor Graham Bell. ¡He oído

15 todas sus palabras claramente a través del aparato!

16 OP. SUBE MÚSICA, MEZCLA CON EFECTOS DE APLAUSOS Y VOCES DE FONDO.

17 DESAPARECEN POCO A POCO.

18 LORD KELVIN: (DANDO UN DISCURSO) Hoy, diez de mayo de 1876, es una
19 fecha histórica para el mundo entero. Es un honor para mí, Lord,
20 presidente de la American Academy of Arts and Sciences de
21 la ciudad de Boston, realizar la primera demostración del
22 teléfono, gracias al graninventor Alexander Graham Bell, padre de
23 este innovador aparato.

24 EFECTISTA, EFECTO DE APLAUSOS Y VOCES DE FONDO.

25 MR. WILBER: Es el objeto más maravilloso que he visto en los Estados Unidos,

26 Mr. Hubbard

27 MR HUBBARD: (ASOMBRADO) Dios mio ¡esto habla!, Mr. Wilber. (RISAS).

- 1 LORD KELVIN: Con proyectos algo más modernos y aparatos más potentes,
 2 podemos estar seguros que el señor Boll nos facilitará los medios
 3 de oír la voz y la palabra, a través de un hilo eléctrico, a cientos de
 4 millas de distancia. ¿No es verdad, Mr Hubbard?
- 5 MR HUBBARD: Tiene mucha razón, Lord Kelvin.

6 OP: SUBE EFECTO DE VOCES, MEZCLA CON MÚSICA MODERNA, PERMANECE Y BAJA
 7 A FONDO.

- 8 LOCUTOR 2: Como todos sabemos, Teléfonos de México es la única empresa
 9 telefónica prestadora del servicio en el país desde su creación en
 10 diciembre de 1947. Pero antes de ella, en 1904, se había
 11 establecido la compañía Ericsson, que llegó a quitarle mercado a
 12 la antigua operadora Compañía Telefónica Mexicana creada en
 13 1881. Con esto se registra el primer antecedente de competencia
 14 en el servicio telefónico.
- 15 Apenas en 1994, es decir hace poco más de un año, el gobierno
 16 mexicano decidió por fin abrir a la competencia todos los servicios
 17 relacionados con las comunicaciones entre empresas y personas,
 18 donde la parte más jugosa es el servicio telefónico

19 OP: CHISPA.

- 20 LOCUTOR 2: El primer paso dado en la apertura fue la reforma que se le hizo al
 21 artículo 28, párrafo cuarto de nuestra Constitución Política en el
 22 que ahora se permite la participación de la iniciativa privada en
 23 sectores estratégicos de la nación, entre ellos las
 24 telecomunicaciones. Posteriormente, se aprueba la nueva Ley
 25 Federal de Telecomunicaciones.

26 OP: PUENTE.

- 27 LOCUTOR 2: Se decidió primero permitir la entrada de las empresas en la

1 prestación del servicio de larga distancia, que dejará de ser
 2 exclusividad de Telmex a partir de enero de 1997. El servicio local
 3 aún quedaba pendiente.

4 OP: SUBE MÚSICA MEZCLA CON MÚSICA CLÁSICA, PERMANECE Y FONDEA,

5 LOCUTOR 2 (REVER) 14 de marzo de 1878 en la ciudad de México, dos años más tarde
 6 de que se inventara el teléfono.

7 OP: PUENTE.

8 SR. DÍAZ: Señor Fernández, ¿ya leyó la edición del día de hoy del diario
 9 Siglo XIX?

10 SR. FERNÁNDEZ: No, señor Díaz. ¿Qué dice?

11 SR DÍAZ: Oiga usted:

12 EFFECTISTA: SE ESCUCHA EL PERIÓDICO ABRIÉNDOSE.

13 "Ayer 13 de marzo se ensayó por primera vez a grandes distancias
 14 en nuestra patria, el aparato telefonico de Bell. Pusieron en
 15 comunicacion la Oficina Central de Telégrafos del Coliseo que está a
 16 cargo del señor Ortiz, y la de Tlalpan. Las personas que estuvieron
 17 presentes en ambas se hablaron, oyéndose las palabras con tal
 18 perfección que hasta el metal de cada una de aquellas se distinguió
 19 perfectamente. Asistieron a la prueba, que dio excelentes resultados,
 20 varias señoras y señoritas (SE OYE EL PERIODICO)

21 OP: SUBE MÚSICA, MEZCLA CON MÚSICA MODERNA, PERMANECE Y BAJA A FONDO.

22 LOCUTORA: Apartir del anuncio hecho por la Secretaria de Comunicaciones y
 23 Transportes para otorgar concesiones a empresas privadas para
 24 explotar y operar un red publica de telecomunicaciones, empezaron
 25 a llegar varios interesados
 26 Actualmente ya fueron autorizados siete nuevos competidores en
 27 larga distancia, los cuales lucharán por un mercado que vale más de

1 tres mil millones de dólares y que se vislumbra con grandes
2 perspectivas de crecimiento.

3 OP: PUENTE.

4 LOCUTORA Una cosa es bien cierta. Con la llegada de la competencia en
5 telefonía de larga distancia y la entrada de equipos que abren
6 insospechadas posibilidades de comunicaciones, México se está
7 introduciendo realmente en una nueva etapa en materia de
8 telecomunicaciones.

9 OP: SUBE MÚSICA, PERMANECE Y BAJA A FONDO.

10 LOCUTORA Una prueba de ello es la entrada de los
11 radios *beepers* que reciben y contestan mensajes; la telefonía
12 inalámbrica residencial, la televisión directa por satélite y los
13 servicios personalizados de comunicación, o (EN INGLÉS) PCS.
14 Todas estas innovaciones estarán a nuestro alcance y es necesario
15 prepararse para enfrentar este cambio.

16 OP: CHISPA:

17 LOCUTORA: Las empresas telefónicas que competirán con el hasta hoy gigante
18 monopólico Telmex, son:

19 OP: ENTRA MÚSICA MODERNA Y EFECTOS DE TELÉFONO DIGITAL, FONDEA.

20 LOCUTOR 3 (ECO): Avantel.

21 LOCUTORA 2: Nacimos de la unión del grupo financiero Banacci y la telefónica
22 norteamericana (EN INGLÉS) MCI, la segunda más importante de los
23 Estados Unidos.

24 OP: SUBE MÚSICA, EFECTOS DE RADAR, BAJA A FONDO LA MÚSICA.

25 LOCUTOR 3 (ECO): Alestra.

26 LOCUTORA 2: El hijo del grupo mexicano Alfa y la mundialmente conocida AT&T.

27 Contamos con el capital de la frustrada empresa Unicom, que se

1 PERMANECE Y BAJA A FONDO. EFECTOS DE DISPAROS Y CAÑONAZOS, GRITOS.

2 LOCUTOR 2: (REVER): 1913. La decena trágica

3 OP: SUBE MÚSICA Y BAJA A FONDO.

4 SR. PASQUEL: ¡Qué tragedia, Leandro! Desde que inicio la revolución, los servicios
5 telefónicos tanto de la empresa Ericsson como

6 los de la nuestra, la gloriosa Compañía Telefónica Mexicana, se han
7 visto muy afectados. ¿Que vamos a hacer? ... No es posible que
8 en 1910 entre las dos compañías ya sumabamos aquí, en el
9 Distrito Federal 11 mil 896 aparatos telefónicos... y ahora...

10 LEANDRO: Pero, señor Pasquel, no se preocupe. Recuerde que la comunicación
11 ha permanecido gracias a la energía y el sentido de
12 responsabilidad de los empleados y operadoras.

13 SR. PASQUEL: Sí, mi querido Leandro, creo que tiene usted razón. Simplemente
14 quisiera que esto terminara ya. (GRITANDO) ¡Pero qué es eso!
15 ¡Ahhhh!

16 OP: EFECTO DE DISPAROS Y CAÑONAZOS.

17 LOCUTOR 2: Mientras tanto en la central telefónica de Ericsson en la calle de
18 Victoria, la cual queda muy cerca de la zona de combate.

19 OP: SUBEN LOS EFECTOS.

20 VOCES AL UNÍSONO: Bueno? ¿La Cruz Roja? Deje lo comunico. ¿Qué número desea?
21 Un momento, señor...

22 DOLORES: ¡Vamos muchachas! Tenemos que cumplir con nuestro trabajo.

23 MARIA: (LLORANDO DE DESESPERACIÓN) Pero ¿qué vamos a hacer,
24 Dolores? si casi el servicio está suspendido en su totalidad.

25 ¡Vamos a morir aquí! ¡Estamos atrapados!

26 DOLORES: ¡Cálmate ya! Lo que vamos a hacer es procurar servir por lo menos
27 a la Cruz Roja y Blanca. Yo no voy a abandonar mi puesto. (RING)

1 Bueno? En un momento lo comunico, permitame...

2 OP. SUBEN LOS EFECTOS, BAJAN A FONDO HASTA DESAPARECER.

3 SR. TREVIÑO: (CASI LLORANDO) ¡Fue horrible! El día 9 de febrero, se notaba
4 gran movimiento desde muy temprano. Todos se preguntaban
5 cuál era la causa de tanta inquietud. Poco después de las ocho se
6 escucharon los primeros tiros de fusilería que provenían del
7 centro de la ciudad. Los teléfonos llamaban con insistencia de
8 todas partes, y se ordenaba que los tranvías eléctricos se
9 concentraran en sus patios de encierro o se dejaran abandonados
10 en la calle en que estuvieran. Me dirigí a las oficinas de la
11 Compañía para cumplir con mis obligaciones en la situación que
12 había surgido, desde la casa que ocupábamos, la número 173 de
13 la calle de Victoria... Una vez que llegamos al edificio de la
14 Compañía, cuyas puertas fueron abiertas para dejarnos entrar
15 después de escasos pero largos minutos de espera, pudimos
16 finalmente sentirnos seguros. No estábamos en la línea directa del
17 fuego, pero no hubiéramos podido creer entonces que estaríamos
18 encerrados durante diez días, sin tener agua para tomar y sin haber
19 manera de conseguir alimentos frescos...

20 OP: ENTRA MÚSICA DE LA REVOLUCIÓN, PERMANECE, BAJA Y DESAPARECE.

21 LOCUTOR 2: Gran parte de nosotros hemos sufrido en alguna
22 ocasión, del mal servicio telefónico que ofrece la única empresa
23 prestadora de dicho servicio: Telefonos de México, quien se ha
24 creado una enorme fama por su deficiencia, poca calidad, además
25 de su alto costo para la adquisición de una línea telefónica o por la
26 renta del servicio.
27 Por todos estos problemas que hemos experimentado a la largo de

1 la existencia de Telmex, aún después de su privatización en 1991,
 2 el director general de Redes y Radiocomunicación de la Secretaría
 3 de Comunicaciones y Transportes, Luis Miguel Alvarez, nos habla
 4 acerca del por qué larga distancia primero y no local, que sería
 5 donde los usuarios residenciales veríamos los verdaderos
 6 beneficios de esta apertura comercial.

7 **INSERT :** "La apertura de LD estrictamente es un paso más hacia la apertura
 8 total o la desregulación del sector comunicación. La pregunta sería
 9 ¿por qué LD primero y no otras? Bueno, número uno, LD lo que
 10 requiere es tecnología, redes pero no redes bajo el concepto de
 11 usuario final, sino redes montadas en la infraestructura de Telmex.
 12 Por eso el gran pleito de la interconexión de cómo interconecto
 13 con la infraestructura de un carrier que es diferente a la concesión
 14 que yo tengo. Sin embargo, un segundo paso inevitable de la
 15 interconexión es que existan varios carriers locales." (SALE).

16 OP: ENTRA EFECTO DE TIMBRE DE TELÉFONO

17 TÍA: ¿Bueno? (RUIDO DE INTERFERENCIA) ¿Bueno? ¿Quién habla?
 18 Hable más fuerte, no lo oigo ...

19 ARMANDO: (SE OYE MUY LEJOS AUNQUE ESTÁ GRITANDO. MUCHA
 20 INTERFERENCIA) Hola tía, habla Armando...

21 TÍA: ¿Quién? No le oigo ¿Bueno, bueno?

22 ARMANDO: Tía, ¡mi mamá está muy enferma y ...! (SE CORTA LA LINEA)

23 ¡Qué lata! Y ahora como le aviso a mi tía.

24 TÍA: ¿Bueno, bueno? ¡Ya se cortó la comunicación. Creo que era

25 Armandito. ¿de qué sirve el teléfono si nunca funciona bien?

26 ¿Y que tal si era una emergencia?

27 OP: GOLPE MUSICAL DE SUSPENSO.

1 LOCUTOR 2: A pesar de estas deficiencias, Teléfonos de México se ha
2 defendido atudiendo que el equipo heredado al momento de
3 su privatización, era de museo, según palabras de su actual director
4 general, Jaime Chico Pardo.
5 La telefónica mexicana ha invertido en los últimos cinco años más de
6 12 mil millones de dólares en modernizar su infraestructura; y, para
7 bien o para mal, Telmex es la dueña de la única red nacional que
8 existe actualmente en el país, digitalizada en cerca de 90 por ciento
9 y con 33 mil kilómetros de fibra óptica.
10 De Telmex dependerán, así sólo sea temporalmente, todos y cada
11 uno de sus potenciales competidores que habrán de
12 interconectarse a la red para poder brindar el servicio de larga
13 distancia, desde los más grandes por su alianzas como Alestra y
14 Avantel, hasta los más pequeños.
15 Así podemos decir que Telmex es el protagonista de una batalla en
16 el que su final se vislumbra lejano. Mantiene una posición
17 estratégica privilegiada, aún frente a sus más flameantes
18 competidores.

19 OP. PUENTE.

20 LOCUTORA Actualmente Teléfonos de México entaza a 20,554 poblaciones a
21 través de 8 8 millones de líneas, lo que representa una densidad de
22 9.7 líneas de teléfono por cada 100 habitantes. Muy por debajo de
23 los parámetros deseables y potenciales.
24 Por otro lado, ¿qué significa para Telmex la entrada de la
25 competencia al mercado de las telecomunicaciones?
26 INSERT: *El proceso de apertura de LD... y telmex está bien preparado*
27 *para entrar a ella. Nosotros sentimos que el... ..que viseverza.*

1 LOCUTORA: Teléfonos de México indudablemente se encuentra,
2 tecnológicamente hablando, bien preparado para la competencia
3 en larga distancia. Sin embargo, como lo dice Andrés Ortiz,
4 sub-director de Información y Análisis, el mayor problema de la
5 empresa no son sus tarifas, ni su servicio, su problema real es su
6 imagen ante los clientes.

7 INSERT: *En mi opinión, la mayor debilidad de... en cuestión de segundos.*

8 LOCUTOR: Tomando en cuenta, ahora, el otro lado de la moneda, las nuevas
9 competidoras de Telmex ayudan que esta última va a tratar de crear
10 miedo en el mercado, confundirlo y plantear perspectivas erróneas.
11 Jorge Rodríguez, director de Mercadotecnia de Avantel ha
12 declarado que están conscientes de que su gran rival va a tratar de
13 ganarse a la opinión pública, invirtiendo cinco veces más que ellos
14 en campañas de publicidad.

15 Avantel es la empresa telefónica que más kilometraje de fibra
16 óptica está instalando, no en vano lleva gastado más de la mitad de
17 los \$900 millones de dólares que tenía previsto invertir en la
18 primera etapa de operaciones, en la instalación de 5,300 kilómetros
19 de cable de este material, que ya conectan a 33 ciudades de la
20 República Mexicana.

21 Con el resto del capital se están construyendo centrales
22 telefónicas; además se ha puesto en marcha programas
23 informáticos de control de tráfico de llamadas y equipos de
24 repetición, así como a la conformación de una plantilla que, para fin
25 del presente año contará con 1,600 empleados. Pero dejemos que
26 sea el mismo José María Zubiria, director de Finanzas el que nos
27 hable un poco más de Avantel:

- 1 INSERT: *Se genera un programa... ..20 mil. de dólares. Estos 3 centros...*
- 2 *nuestros clientes. Además tenemos... ..en ese centro. La*
- 3 *mayoría son mexicanos... ..del mercado mexicano.*
- 4 LOCUTOR 2: *Avantel, los principales competidores de Telmex -como ellos*
- 5 *mismos se han nombrado-, es la empresa que más ha invertido;*
- 6 *sin embargo, los ciudadanos ¿en dónde lo podemos observar?*
- 7 INSERT. *Eso se refleja... ..muy agresivo. En el proceso de... ..de la empresa.*
- 8 OP: ENTRA MÚSICA DE CHARLESTON, PERMANECE Y FONDEA.
- 9 LOCUTOR 2 *Los años 20's. Las compañías Ericsson y Telefónica y Telefónica*
- 10 *Mexicana pelean el mercado mexicano.*
- 11 OP: SUBE MÚSICA, FONDEA.
- 12 KLINT: *Con la introducción del sistema telefónico automático aquí en*
- 13 *México, ganaremos más mercado que la la Compañía Telefónica.*
- 14 GENIN: *Tiene usted toda la razón. Mr. Kint. Ahora que la sociedad se ha*
- 15 *familiarizado con el telefono y ha experimentado sus beneficios, la*
- 16 *capacidad de los circuitos de larga distancia se satura rápidamente*
- 17 *Con el sistema que introducirá la Ericsson, seremos los primeros*
- 18 *en introducir en Hispanoamérica el servicio automatizado*
- 19 OP: SUBE MÚSICA, PERMANECE Y BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER.
- 20 EFFECTISTA: EFECTOS DE CALLE.
- 21 VOCEADOR: (GRITANDO) *¡Extra! ¡Extra! ¡Ayer, lro de abril de 1921, por*
- 22 *primera vez se introduce la larga distancia entre Texcoco y Toluca!*
- 23 *¡Extra, extra! ¡Esto se suma con la larga distancia entre Toluca y la*
- 24 *poblacion de El Oro, y entre Saltillo y Monterrey! ¡Extra, extra!*
- 25 EFFECTISTA: SUBEN LOS EFECTOS, PERMANECEN Y SALEN.
- 26 LOCUTORA: *Desde el momento en que la Secretaría de Comunicaciones y*
- 27 *Transportes comienza a otorgar las concesiones para operar el*

1 servicio de larga distancia además de servicios de valor agregado,
2 los reclamos por parte de las empresas privadas no se hicieron
3 esperar.
4 En diciembre de 1995, fecha en que las concesionarias y Telmex se
5 encontraban en pláticas de negociación para establecer la tarifa
6 que el monopolio cobraría a las otras por interconectarlas a su red
7 telefónica, ésta última abandonó la mesa de negociación.
8 LOCUTOR 2: Fue entonces cuando los nueve competidores formaron una alianza
9 en la que Telmex no estaría invitado. Esta Asociación de
10 Concesionarios de Telecomunicaciones o ACTEL fue formada
11 legalmente el 20 de diciembre de 1995 por los seis concesionarios
12 que competirán con Teléfonos de México a partir del 1 de enero de
13 1997; sin embargo, los integrantes fundadores establecieron que
14 podrán incluir a otros concesionarios tanto de telefonía básica
15 como de larga distancia que reciban sus respectivos permisos.
16 La apertura telefónica estuvo a punto de quebrarse: Telmex no
17 regresaba a las pláticas de negociación en la que también se
18 discutía las formas de acceso que usarán los clientes para escoger
19 la empresa por la cual efectuarán sus llamadas de larga distancia y
20 de telefonía local, la Secretaría de Comunicaciones parecía no
21 querer molestar a Telmex, pues no daba respuesta a los
22 empresarios de su demanda para que la dependencia ejerciera su
23 autoridad y obligar al monopolio a reanudar las pláticas.
24 LOCUTORA Por su parte, el Grupo Carso, dirigido por Carlos Slim mayor
25 accionista de Telmex, dio a conocer en el mes de enero la creación
26 de una nueva "holding" que estaría encargada de controlar la
27 participación que tiene el grupo en la telefónica. Esto significaba

- 1 una reacción contra sus nuevos competidores. Telmex comienza a
2 protegerse.
- 3 Días después se reanudan las pláticas. El punto ahora sería
4 ponerse de acuerdo en las tarifas de interconexión. ¿Cuánto sería
5 lo justo para las dos partes?
- 6 Telmex pedía un pago de más de 10 centavos por dólar por minuto,
7 pero los concesionarios sólo ofrecían 1.5 centavo de dólar. ¿Cómo
8 se podrían de acuerdo?
- 9 Nunca pudieron. Según la Ley de Telecomunicaciones, si esto
10 sucedía la dependencia a cargo de Carlos Ruiz Sacristán tendría
11 que intervenir como ente regulador. Y así fue. La Secretaría de
12 Comunicaciones y Transportes fijó la tarifa.
- 13 A partir de 1997 Telmex cobrará a las nuevas compañías
14 telefónicas que le harán competencia, 5 32 centavos de dólar por
15 minuto de interconexión a su red en ese año y de 4.69 centavo de
16 dólar en 1988.
- 17 LOCUTOR 2: Las reacciones no se hicieron esperar, la interpretación de los
18 competidores fue que la decisión favorecía a Telmex, ya que
19 desglosando ese precio, la tarifa para interconectar llamadas
20 internacionales de entrada a México llega a 25 centavos de dólar
21 por minuto, porque se le suma la nacional que queda en unos 2.5
22 entrada y la salida de llamadas.
- 23 Todo esto se resume, decían los expertos, en que el precio final
24 que se le cobraría a los clientes, se vería impactado hasta en un 40
25 por ciento.
- 26 OP: ENTRA MÚSICA DE BOLEROS, PERMANECE Y FONDEA.
- 27 LOCUTOR 2 (REVER): Nueve de enero de 1948.

1 OP: SUBE MÚSICA BAJA HASTA DESAPARECER.

2 EFECTISTA: VOCES EN PRIMER PLANO Y LUEGO A SEGUNDO VOZ CON MICRÓFONO.

3 MAESTRO DE CEREMONIA: Damas y caballeros, su atención por favor. El Presidente de los

4 Estados Unidos Mexicanos, el señor Miguel Alemán, está a punto de

5 entrar a este recinto. Por favor, tomen sus lugares.

6 ¡El Presidente Miguel Alemán!

7 EFECTISTA: APLAUSOS EN PRIMER PLANO Y LUEGO A SEGUNDO HASTA DESAPARECER

8 Y LAS VOCES TAMBIÉN DESAPARECEN.

9 PRESIDENTE: Es un honor para mí precedir esta ceremonia en la que la nueva

10 empresa Teléfonos de México intercomunicará las líneas del Distrito

11 Federal. Dicha Compañía, apenas el 23 de diciembre de 1947

12 se constituyó como Teléfonos de México, S.A. de C.V. gracias a las

13 concesiones y equipos otorgados a la compañía Ericsson. Además,

14 hace unos días comenzó ya sus operaciones.

15 El día de mañana, 10 de enero, exactamente a las 14 horas se pondrá

16 en servicio al público la intercomunicación en el Distrito Federal.

17 EFECTISTA: EFECTO DE APLAUSOS SALEN.

18 PRESIDENTE: Con estos adelantos, México se ha puesto a la vanguardia

19 de las comunicaciones a distancia a nivel internacional. Recordamos

20 fue en el año de 1914 cuando se inauguró el servicio telefónico

21 México-Washington, y en 1927, la comunicación de larga distancia x

22 entre México y Canadá

23 EFECTISTA: EFECTOS DE APLAUSOS SALEN.

24 OP: ENTRA MÚSICA MODERNA, PERMANECE Y FONDEA HASTA DESAPARECER.

25 LOCUTORA: El año de 1956 fue el decisivo para las empresas concesionadas y

26 Telmex. Por fin, las reglas de la apertura comenzaron a aclararse: se

27 definió la norma de numeración y señalización; asimismo, se

- 1 MARIA: Entonces, ¿Qué va a pasar con las llamadas que se hagan en la
2 misma ciudad?
- 3 MAMÁ: Pos, no sé, mi hijita. De eso no dijeron nada.
- 4 MARIA: Esperemos, ma, que digan algo pronto (INTERFERENCIA). Bueno?
5 Luego te hablo porque parece que se quiere cruzar la línea. Me
6 saludas a la familia.
- 7 MAMÁ: Sí, mi amor. Tú también me saludas a tu marido. ¡Qué Dios de
8 bendiga! Adiosito.
- 9 MARÍA: Adios, mamá.
- 10 OP: ENTRA MÚSICA TROPICAL. PERMANECE, FONDEA HASTA DESAPARECER.
- 11 LOCUTOR 2: Podríamos resumir en cuatro beneficios básicos las ventajas que
12 va la población mexicana la nueva apertura telefónica de larga
13 distancia tanto nacional como internacional:
- 14 LOCUTORA: Primero: los mexicanos vamos a poder elegir la compañía de nuestra
15 preferencia por medio de una prescripción o simplemente
16 marcando tres dígitos, que será la manera en que el usuario escogerá
17 la telefónica de su preferencia. Esto ocurrirá a partir del año de 1997.
- 18 OP: SUBE MÚSICA. PERMANECE, BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER.
- 19 LOCUTOR 2: Segundo: Al tener varias opciones, las empresas, incluyendo a
20 Telmex, tendrán que ofrecer la más alta calidad en sus servicios de
21 telecomunicaciones. Para esto, cada una ya está realizando alianzas
22 estratégicas con otras telefónicas o con sus socios tecnológicos, con
23 finalidad de instalar su red de cableado utilizando la mayor tecnología.
- 24 OP: CHISPA.
- 25 LOCUTORA: Tercero: Uno de los puntos que se incluye en el título de concesión es
26 el que además de que las nuevas empresas podrán conectarse a la
27 telefónica de Teléfonos de México, tienen la obligación de aumentar el

1 número de líneas instaladas hasta ahora por el monopolio. Por lo tanto
2 el beneficio será que los mexicanos que aún no cuentan con teléfono,
3 probablemente dentro de poco contarán con este importante medio de
4 comunicación.

5 OP: CHISPA.

6 LOCUTOR 2: Cuarto: El hecho de que exista competencia, redundará en tarifas de
7 larga distancia más accesibles. Un ejemplo de esto, es el lanzamiento
8 de la campaña publicitaria de Telmex que ofrece descuentos de 20
9 ciento a usuarios residenciales y hasta del 35 por ciento a los grandes
10 corporativos.

11 El mismo Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Estratégico
12 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Carlos Casasús, nos
13 explica este fenómeno.

14 INSERT: *"Queremos que las empresas compitan en precios, y que cada vez
15 más los usuarios puedan tener opciones de escoger, de acuerdo a
16 planes que les ofrezcan las empresas de larga distancia, la empresa
17 que más les convenga. Estamos viendo ya descuentos agresivos
18 parte de Telmex, que indican un orden de magnitud de lo que puede
19 suceder en materia de tarifas hacia adelante."*

20 OP: ENTRA MÚSICA DE LOS 90. PERMANECE Y BAJA FONDO

21 LOCUTOR 2 (REVER): 1990.

22 OP: SUBE Y MEZCLA CON MÚSICA INSTRUMENTAL. FONDEA.

23 EFFECTISTA: SE OYE EN PRIMER PLANO EL CHOQUE DE COPAS DE VINO, RISAS.

24 BAJA A SEGUNDO PLANO.

25 JUAN ANTONIO: Señor Slim, este es un día conmemorable para nosotros y
26 lógicamente para la nueva empresa Teléfonos de México.

27 CARLOS SLIM: Claro que sí, y tú Juan Antonio Pérez vas a ser el nuevo director

- 1 general del corporativo. Y eso, también hay que celebrarlo.
- 2 **JUAN ANTONIO:** ¡Muchísimas gracias, señor! Verá que no le fallaré. Y usted como
- 3 **Presidente del Consejo de Administración** haremos un gran equipo.
- 4 **CARLOS SLIM:** Sí, y lo primero que haré será cambiar el equipo de museo que tiene
- 5 Teléfonos por tecnología de vanguardia y para ello invertiremos capital
- 6 tanto mío como de los otros accionistas.
- 7 **JUAN ANTONIO:** Muy bien pensado.
- 8 **OP: SUBE MÚSICA Y EFECTO DE COPAS. LUEGO SALE.**
- 9 **LOCUTORA:** En México nace una nueva era, la era de las telecomunicaciones. Con
- 10 ella, nuestro país entra al nuevo milenio lleno de tecnología y grandes
- 11 perspectivas.
- 12 **LOCUTOR 2:** Sí, pero hay que mencionar que también para 1997 los
- 13 números 90, 91, 95 utilizados por Telmex para sus llamadas de larga
- 14 distancia cambiarán por lo dígitos 01 para llamadas nacionales y 00
- 15 para las internacionales.
- 16 **OP: CHISPA.**
- 17 **LOCUTORA:** ¡Oye, oye! A ver espérame. No entiendo ¿Cómo voy a marcar para
- 18 una llamada, digamos mmmmm del Distrito Federal a Monterrey?
- 19 **LOCUTOR 2:** ¡Ah! Pues muy fácil. Mira: Primero usarás la clave 01 que es para
- 20 llamadas nacionales, luego marcarás el código de la empresa.
- 21 Por ejemplo, si es Telmex será 1-2-3 o si es Alestra o AT&T, como lo
- 22 están anunciando, es 2-8-8, etcétera. El siguiente paso es marcar la
- 23 clave de la ciudad, en este caso es Monterrey, o sea, 8-3; y, x
- 24 una el número local deseado ¿Entendiste?
- 25 **LOCUTORA:** (En tono de burla) Con esa explicación quién no. Oye ¿y esto será
- 26 desde el primer día de enero de 1997.
- 27 **LOCUTOR 2:** Mira, dejemos que sea el propio Subsecretario de Comunicaciones, el

1 licenciado Casasús, quien explique esto.

2 INSERT: "Va a entrar gradualmente. Como la Ley establece, el próximo

3 agosto (de 1996) se podrá iniciar la competencia en larga distancia

4 con los servicios que no requieran interconexión de redes. Esto

5 básicamente está enfocado a los usuarios corporativos,

6 que tienen redes privadas, y que podrán ya empezar a

7 contratar capacidad de red con otras empresas. Por el método de

8 prescripción, el 20 de junio (de 1996) se anunciaron las reglas y los

9 calendario de este sistema, y empezarán en las ciudades de

10 Querétaro y Monterrey, en el mes de enero, después habrá una

11 ventana de tiempo de 60 días; después seguirán otras 20 ciudades

12 país, en el mes de marzo; la Ciudad de México y las zonas aledañas

13 en el mes de abril, y terminaremos la prescripción de 60 ciudades

14 para el mes de junio".

15 OP: CHISPA.

16 LOCUTORA: Todo esto está muy bien, sin embargo, yo pienso que los mexicanos

17 veremos los verdaderos beneficios de la apertura telefónica hasta que

18 entre la competencia en el servicio local, porque hay que aclarar, el

19 monopolio telefónico que no pocos se quejan de él, va a seguir siendo

20 el único dentro de las ciudades y es por eso que existe la interconexión:

21 las empresas concesionadas le pagarán una cuota a Telmex para que

22 éste tome sus llamadas de larga distancia y las lleve hasta la casa de

23 cada uno de nosotros.

24 LOCUTOR 2: En eso tienes razón, porque si hablamos de montos de capital, es

25 mucho más redituable ofrecer el servicio de larga distancia que el

26 local, y, acuérdate que Telefonos de México ya anunció que seguirá en

27 la retarificación de sus cuotas del teléfono local. ¡Así que ya no hables

- 1 Lo esperamos en nuestra próxima emisión con lo más actualizado de
- 2 la ciencia y la tecnología. Por hoy, muchas gracias.
- 3 OP: SUBE MÚSICA, PERMANECE Y BAJA HASTA DESAPARECER.

CONCLUSIONES

A medida que la región se adentra en la segunda mitad del decenio de 1990, el sector de las telecomunicaciones se enfrenta a numerosos desafíos. En 1995, hubo un deterioro de la situación económica de México. Fue ese año cuando se registró el menor crecimiento de las líneas telefónicas de los últimos 20 años.

En nuestro país a raíz de la liberalización del sector de las telecomunicaciones, las cuestiones de reglamentación, como interconexión y la gestión de frecuencias se transforman en el elemento fundamental de la garantía de éxito.

En este sentido, durante el proceso de concesionamiento para la utilización de redes públicas de telecomunicaciones efectuada en nuestro país durante 1995, la observación de los diversos empresarios telefónicos en el sentido de que la fuerte relación Telmex-gobierno impide un avance permanente del proceso de desregulación. Al respecto, Carlos Casasús, subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la S C T, ha señalado que Teléfonos de México es un factor importante en la economía mexicana y que, por lo tanto, es lógico "que debamos tener el máximo cuidado para que el proceso de apertura sea rápido, pero tomando en cuenta todas las condicionantes". Además, podemos subrayar que pocos países en el mundo han logrado la liberalización de sus telecomunicaciones con la velocidad que lo ha logrado México.

Por lo tanto, como es lógico suponer la Secretaría encargada del proceso de desregulación en el sector (S C T) nunca admitirá su favoritismo hacia el gigante monopolístico que durante décadas estuvo *gobernando* la vida telefónica en nuestro país, aprovechando su postura para hacer y deshacer a su antojo el servicio que le había sido conferido.

Lo que sí tenemos que reconocer de Teléfonos de México es que a raíz de su privatización ha venido invirtiendo fuertes cantidades de capital para su infraestructura hasta el hecho de que actualmente toda su red de telefonía se ha cambiado de redes analógicas a la red de fibra óptica, lo más avanzado en tecnología de telecomunicaciones.

Actualmente obtenemos el tono de marcación inmediatamente al descolgar la bocina del aparato; otro ejemplo es el que es casi seguro que cuando marcamos un número telefónico, sea al primer intento cuando obtenemos respuesta por parte de Telmex, y no como antes que necesitábamos 2 ó 3 intentos antes de lograr la comunicación. Esos son algunos beneficios que nosotros como usuarios tenemos, sin embargo, son tan comunes hoy día que son casi imperceptibles para nosotros y no pensamos en los muchos de miles dólares que se han tenido que invertir para obtener esto. Es Telmex la compañía que

tiene mayor número de accionistas en México; además el crecimiento del sector, a partir de su privatización, es siete veces superior al aumento general de la economía.

El problema de la telefónica fue olvidarse de los usuarios, de los clientes como personas y no solamente como un número que necesita de la comunicación. Olvidaron, tal vez lo más sencillo, la atención al público. Han dejado fuera a quienes les pagamos para seguir obteniendo recursos.

Por otro lado, la conclusión más importante a la que se ha llegado en el presente trabajo de investigación, es el hecho que mientras no se abra a la competencia el servicio telefónico local, realmente los usuarios residenciales no veremos los beneficios concretos de esta apertura. Con la entrada al mercado en la telefonía de larga distancia nacional e internacional de empresas privadas, los principales beneficiados son los grandes empresarios, las oficinas gubernamentales y los medios de comunicación, puesto que son éstos los que utilizan en mayor grado el servicio. Mientras en una empresa se realizan 20, 30 o más llamadas de larga distancia al día para concretar negocios, en un hogar con una familia se realizarán llamadas de este tipo probablemente dos o tres veces al mes. Es en este punto donde debemos, como habitantes con derechos, exigir una mayor calidad en el servicio.

Los primeros beneficios a los usuarios de larga distancia los hemos comenzado a ver: Telmex lanzó al mercado un programa de descuentos que van del 20 al 38 por ciento para las empresas y del 20 por ciento al usuario residencial, por su parte, Iusacell (Iusatel) también ha anunciado descuentos en larga distancia de hasta un 75 por ciento a quienes realicen llamadas de larga distancia por su teléfono celular. Avantel y Alestra (AT&T) se esfuerzan por darse a conocer para quitarle mercado a su mayor competidor: Telmex.

Después de realizar la investigación sobre la apertura comercial del servicio de larga distancia, se ha observado que existe todavía gran incertidumbre por parte de los competidores por aclarar puntos con Telmex, como los *dimes y directes* que se dieron al querer concretarse la tarifa de interconexión -AT&T estuvo a punto de anular su participación con el grupo Alfa y la empresa canadiense TelGlobe si desistió de su decisión de participar con Marcatel-, otro problema aún es el quién va a facturar, Telmex o cada empresa por su parte.

Otro punto analizado, fue el qué va a pasar con Telmex y los competidores en el futuro. Es lógico suponer que Teléfonos de México va a perder cuando menos el 40 por ciento de su clientela, pero no va a desaparecer, porque nos guste o no, es la que tiene instalada mayor infraestructura, los competidores tendrán que pagarle una cuota por interconectarlos a su red y así los otros llevar su llamada hasta el teléfono final que es de Telmex.

Por su parte, habrá algunos operadores que tendrán que desaparecer o bien, dedicarse a explotar otro punto contenido en el título d concesión que los competidores más fuertes no estén explotándolo. Quizá habrá quienes si tengan que desaparecer definitivamente, pero, como dijo Luis Miguel Alvarez, director de redes y Radiocomunicación, "así es la competencia".

Para terminar, digamos que el objetivo de este trabajo fue dar a conocer la apertura comercial telefónica y que la población en general sepa que a partir de 1997 va a poder elegir la compañía de su agrado a la hora de realizar una llamada de larga distancia. Esto se logrará a través de suscribirse a una compañía prestadora del servicio o por medio de marcar una clave de acceso del operador *-carrier-* de su preferencia y luego la clave de la ciudad y finalmente el número local. Aquellas personas que no se suscriban con ninguna empresa seguirán siendo clientes de Telmex.

FUENTES

a) Bibliográficas:

- Cárdenas de la Peña, Enrique. Historia de las Comunicaciones y los Transportes en México: El Teléfono. México, Dirección de Comunicación Social de la S.C.T., 1987, 357 pp.
- Curiel, Fernando. La escritura radiofónica. México, U.N.A.M., 1984, 167 pp.
- Esparza, Maximiliano. Guiones para medios audiovisuales. México, Alhambra, 1994, 403 pp.
- Kaplún, Mario. Producción radiofónica. México, CIESPAL, 1978, 470 pp.
- Pérez, Mario Alberto. Prácticas radiofónicas Manual de producción. México, Porrúa, 1996, 217 pp.
- Román Medina, Freddy. Las Telecomunicaciones en México a través del caso de Teléfonos de México. México, Estudios monográficos de la E.N.E.P. Aragón, 1988, 26 pp.
- Székely, Gabriel y del Palacio, Jaime. Teléfonos de México: una empresa privada. México, Editorial Planeta, enero de 1995, 177 pp.
- Varios. Los límites del crecimiento. Breviarios, México, Fondo de Cultura Económica, 1973, 102 pp.

b) Hemerográficas:

- El Financiero. Rogelio Cárdenas, director general. Diario. México, D.F. De septiembre de 1995 a agosto de 1996.
- El Economista. Luis Enrique Mercado Sánchez, director general. Lunes a viernes. Sección: Industria y Comercio. México, D.F. De septiembre de 1995 a agosto de 1996.

- La Jornada. Carlos Payan Velver, director general. Diario. Sección: Economía. México, D.F. de septiembre de 1995 a agosto de 1996.
- Reforma. Alejandro Junco, director general. Diario. Sección: Negocios. México, D.F. De septiembre de 1995 a agosto de 1996.
- Época. (Revista) Abraham Zabludovsky, Presidente. Revista semanal. México, D.F., No 258, 13 de marzo de 1996.
- Expansión. (Revista) David Estrello, director del Consejo Editorial. Publicación mensual. México, D.F., vol. XXVIII, No 694, 3 de julio de 1996.
- Mundo Ejecutivo. (Revista) Walter Coratella, Presidente. Publicación mensual. México, D.F., vol. XXIX, No 207, julio de 1996.
- Ley Federal de Telecomunicaciones.

c) Entrevistas:

- Alvarez Alonso, Luis Miguel. Director General de Redes y Radiocomunicación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Beneficios de la apertura comercial de larga distancia en México. 13 de junio de 1996, 2.25 horas.
- Carpinteyro, Purificación. Directora de Desarrollo Estratégico del Grupo Iusacell. Beneficios para Iusatel. Julio 1996, 15 minutos.
- Casasús López Hermosa, Carlos. Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Estratégico de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Tarifas de interconexión calendario 1997 en cuestión de la apertura telefónica en México y competencia. Julio 1996, 30 minutos.
- De la Garza, Gustavo. Director General de Marcatel. Los beneficios que ofrecerá Marcatel a sus clientes. Julio, 1996, 1.50 horas.

- **Gómez, Luis.** Director Jurídico de Alestra. Beneficios ofrecidos por Alestra. Julio, 1996, 20 minutos.
- **Murray, Carlos.** Director General de Miditel. La empresa que no quiere competir con los grandes concesionarios. Julio, 1996, 10 minutos.
- **Ortiz Lavín, Andrés.** Subdirector de Información y Análisis de Telmex. El significado para Telmex sobre la apertura telefónica. agosto, 1996, 1.25 horas.
- **Salinas, Pedro.** Coordinador de Negociaciones de Marcatel. El significado de las claves de acceso de la empresa. Julio, 1996, 15 minutos.
- **Treviño, Rodolfo.** Coordinador de Investcom. Beneficios de la apertura y su clave de acceso. Julio, 1996, 5 minutos.
- **Vidargas, Gerardo.** Director de Comercialización de Investcom. Beneficios para Investcom, tarifas de interconexión y problemas sufridos. Julio, 1996, 10 minutos.
- **Zubiria, José María.** Director de Finanzas de Avantel. Proyectos de Avantel. Junio, 1996, 30 minutos.