



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

***“Hacia una regionalización del mercado de
telecomunicaciones. La economía política del sector
telecomunicaciones en el continente americano: 1990-
2009”***

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MAESTRA EN ESTUDIOS
EN RELACIONES INTERNACIONALES
PRESENTA
LAURA ABIGAIL MARTÍNEZ GÓMEZ

DIRECTORA: DRA. ALEJANDRA SALAS-PORRAS SOULÉ



CIUDAD UNIVERSITARIA, MARZO 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

*Dedicada con todo mi amor a
mi hermosa familia,
los amo.
Gracias por todo!!!*

Índice de contenido

Introducción.....	1
1. Marco Teórico-Conceptual.....	11
1.1. Concepto de empresa multinacional.....	13
1.2. Diferenciación entre inversión extranjera directa e indirecta.....	13
1.3. Factores de expulsión y atracción de IED (push factors y pull factors).....	14
1.4. Competencia Oligopólica en los mercados internacionales.....	24
1.5. Economías de red.....	29
1.6. Regionalización de la actividad de las empresas multinacionales.....	31
1.7. Estado del Arte.....	34
1.8. Marco Teórico: aplicación al caso de estudio.....	39
Capítulo 2.El sector telecomunicaciones desde una perspectiva internacional: 1980-2008.....	44
2.1. Introducción.....	44
2.2. Organización de la industria antes de 1980.....	45
2.3. Reformas de liberalización del sector.....	48
2.4. Nuevos acuerdos internacionales.....	61
2.5. Nueva organización de la industria de telecomunicaciones a nivel mundial.....	76
2.6. Regionalización del mercado de telecomunicaciones en el continente	86
2.7. Conclusiones.....	93
Capítulo 3. Operadores hispanoamericanos de telecomunicaciones: el caso de Telefónica de España y Telmex/América Móvil.....	97
3.1. Introducción.....	97
3.2. Reformas en el sector telecomunicaciones en España y México.....	98
3.3. Ventajas competitivas de Telefónica y América Móvil/Telmex.....	104
3.4. El surgimiento de operadores hispanoamericanos multinacionales.....	123
3.5. Hacia un duopolio de las telecomunicaciones en América Latina. Análisis de la competencia en el mercado de la región.....	137
3.6. Nuevos actores del sector telecomunicaciones en la región: El caso de Millicom International y Digicel.....	145
3.7. Efectos de la regionalización del mercado de telecomunicaciones en América Latina.....	148
3.7.1. Inversión	152
3.7.2 Precio y Calidad.....	153
3.8. Conclusiones.....	156
4. Conclusiones Generales.....	161
ANEXO.....	174
Gráficas de nivel de precios en países de América Latina	174
Bibliografía	179

Índice de Cuadros y Gráficos

No.	Nombre	Página
Cuadro 1	Tipo de Inversión Extranjera Directa y sus motivaciones	17
Cuadro 2	Estructuras de Mercado	25
Cuadro 3	Empresas que surgieron de la división del Sistema Bell	49
Cuadro 4	Privatización de operadores en Europa	50
Cuadro 5	Procesos de privatización de operadores de telecomunicaciones y apertura de mercados en América Latina	54
Cuadro 6	Organismos e Instituciones internacionales y regionales de telecomunicaciones	62-63
Cuadro 7	Fusiones y Adquisiciones de los operadores estadounidenses en los noventa	79
Cuadro 8	Las principales Fusiones y Adquisiciones de telecomunicaciones 1999-2007	80
Cuadro 9	Fusiones y adquisiciones en EE.UU	83
Cuadro 10	Crisis, consolidación y reorganización del sector en el continente 2001-2010	86
Cuadro 11	Presencia actual de operadores europeos y norteamericanos en el continente	88
Cuadro 12	Entrada de la competencia en el mercado de telecomunicaciones de España y México	101
Cuadro 13	Ventajas de Propiedad de Telefónica y Telmex/América Móvil	108
Cuadro 14	Principales Accionistas de Telefónica 2009	109
Cuadro 15	Accionistas Mayoritarios en Telmex Internacional	110
Cuadro 16	Accionistas Mayoritarios en América Móvil	110
Figura 1	Estructura de Organización de Telefónica de España	111
Cuadro 17	Reuniones y negociaciones clave de directivos de operadores hispanoamericanos con servidores públicos	117-118
Cuadro 18	Proceso de Internacionalización de Telefónica y Telmex/América Móvil	124-125
Cuadro 19	Alianzas Estratégicas de Telefónica y Telmex/América Móvil	132-133
Gráfico 1	Gráfico de participación de mercado de Telefonía móvil en América Latina	137
Cuadro 20	Participación en el mercado latinoamericano de Grupo Telefónica	138
Cuadro 21	Participación de América Móvil en el mercado latinoamericano	139
Cuadro 22	ARPU general regional de operadores en América Latina	142
Cuadro 23	ARPU de los operadores por países	143
Cuadro 24	Otros competidores importantes en la región	146
Cuadro 25	Penetración de la telefonía móvil en América Latina	149

Introducción

Las telecomunicaciones fueron y siguen siendo las más afectadas por los cambios y avances tecnológicos que se suscitaron en las últimas décadas del siglo XX. La introducción de nuevos materiales como la fibra óptica, para la construcción de redes, así como los avances en la informática, dieron pauta para el inicio de la digitalización de las comunicaciones.

El desarrollo tecnológico ha provocado cambios en la estructura de la industria, ya que permite que por una misma red se puedan transmitir voz, datos, imágenes y otros tipos de información, cuando antes se requerían diversas infraestructuras para transmitir los distintos tipos de señales; a este fenómeno se le llama convergencia tecnológica.

La convergencia tecnológica ha hecho que los operadores telefónicos se introduzcan en otros segmentos del mercado, para ofrecer no sólo servicios de transmisión de voz, sino también de datos e imágenes. Asimismo, han buscado participar en el mercado de la telefonía celular e incluso de producción de contenidos. Todo ello ha favorecido la concentración en la industria de las telecomunicaciones.

Por lo tanto, la convergencia va más allá del ámbito tecnológico; al conjuntarse con un proceso de liberalización económica también ha provocado la convergencia de industrias y mercados; es decir, ha generado reestructuraciones en las industrias involucradas.

La liberalización económica en una primera etapa se dio por medio de la privatización de los monopolios telefónicos públicos y, en la mayoría de los casos, con su fragmentación. Aunque si bien se pueden identificar ciertas tendencias generales, es necesario precisar que es muy heterogénea la forma en como cada país emprendió su proceso de reforma del sector, ello es aún más notorio en la región de América Latina, como veremos en el presente trabajo.

Además, a nivel internacional el régimen del sector pasó de dar prioridad a los asuntos técnicos a través de acuerdos de interconexión y compatibilidad tecnológica a impulsar negociaciones y acuerdos que comprometían a los países a reformar las regulaciones nacionales para permitir una mayor inversión extranjera y competencia en las telecomunicaciones.

Se crearon así a nivel internacional y nacional las condiciones políticas, jurídicas e institucionales que llevaron a la expansión de los ahora operadores privados que les permitió convertirse en empresas de carácter internacional. Fueron los operadores de los países desarrollados como Estados Unidos y de Europa, los que, en principio, contaron con los recursos para expandirse a nivel internacional, aprovechando los procesos de privatización y apertura que se dieron en países de otras regiones como América Latina.

Pocos fueron los países que mantuvieron a sus operadores bajo control estatal, así como también se encuentran aquellos países que limitaron la participación de inversión extranjera y mantuvieron el monopolio de sus operadores a pesar de su privatización, tal fue el caso de México, España, Corea del Sur, y algunos otros. Estos nuevos monopolios u oligopolios privados se convirtieron en grandes empresas, con capacidad de hacer frente a firmas extranjeras y que tomarían relevancia en la industria a nivel internacional.

Es así como la convergencia tecnológica y la liberalización han llevado a que las empresas de telecomunicaciones sean de las más dinámicas a nivel internacional, principalmente en materia de inversiones en adquisiciones, fusiones y alianzas estratégicas. De esta manera, los operadores de telecomunicaciones actuales se han convertido en ejes fundamentales de la economía de las regiones en las que operan, por su capacidad de ofrecer servicios esenciales para el desarrollo de actividades productivas y sociales.

Sin embargo, los procesos de liberalización que se han dado en los últimos años, en conjunto con los acelerados desarrollos tecnológicos de las comunicaciones, han

sometido a la industria a constantes reestructuraciones durante las últimas dos décadas; las cuales han derivado en estructuras cada vez más oligopólicas.

Actualmente se observa una tendencia por parte de los operadores de telecomunicaciones a replegarse hacia sus mercados de origen, ya sea nacionales o regionales, ya que las empresas de telecomunicaciones de países industrializados, en especial de Estados Unidos y de países europeos, que fueron en un inicio los principales beneficiados con la privatización de los operadores de los países en desarrollo, y que se perfilaban como las empresas dominantes a nivel global, han ido disminuyendo su participación en diversas regiones en la última década, en especial en América Latina.

Empresas como AT&T, Verizon, Bellsouth, France Telecom, Telecom Italia, Portugal Telecom y Vodafone, son los principales casos de operadores que han dejado o disminuido su participación en el mercado latinoamericano, replegándose hacia sus mercados de origen o a los mercados de países desarrollados donde mantienen posiciones más consolidadas.

Mientras se repliegan las empresas de países desarrollados hacia sus países de origen, otras empresas de telecomunicaciones como Telmex/América Móvil de México y Telefónica de España toman relevancia. En ambos países se promovieron, a pesar de la liberalización, el mantenimiento de grandes operadores de telecomunicaciones. Ambos operadores hispanoamericanos han aprovechado la salida de operadores norteamericanos y europeos para ampliar su presencia en la región de América Latina y convertirse en los operadores dominantes.

El estudio más cuidadoso de este proceso de redistribución de los mercados regionales, que indudablemente tendrá un impacto importante no sólo en nuestro país sino en la región latinoamericana, arrojará luz sobre asuntos tales como las condiciones que existen en los países que han permitido el desarrollo de empresas de tal magnitud; así como la capacidad que tienen los Estados de forma individual y en conjunto, para controlar

las actividades de este tipo de empresas y encauzarlas o ligarlas de tal forma que afecten de manera positiva el desarrollo no sólo económico sino social de los países.

El alcance de este fenómeno plantea, además, una serie de preguntas sobre el carácter de la regionalización de los mercados de telecomunicaciones, tales como las siguientes:

-¿Cuáles fueron las condiciones políticas, económicas e institucionales que permitieron a Telmex/América Móvil y Telefónica de España posicionarse en el mercado de América Latina?

-¿Cuáles fueron las razones de la salida de las empresas de telecomunicaciones de países desarrollados como Europa y Estados Unidos del mercado de la región latinoamericana?

Con base en estas preguntas se han desarrollado las siguientes hipótesis:

1. Las reformas de liberalización que se llevaron a cabo a nivel internacional, y que tuvieron como eje la privatización y desregulación de las telecomunicaciones en diversos países, han fomentado la aparición de nuevas empresas, pero también han generado la concentración de la industria debido a la libertad que se les brinda a las empresas de telecomunicaciones de operar a nivel internacional.

En el caso de las empresas que actualmente están dominando el mercado de América Latina, Telmex/América Móvil y Telefónica de España fueron favorecidas por las reformas económicas que se dieron en sus respectivos países, gracias a las cuales desarrollaron ventajas y recursos que les han permitido internacionalizarse. Estas ventajas están basadas en su capacidad de gestión y de operación en ciertos ambientes económicos y políticos, así como en su capacidad de adaptar tecnología, lo cual aún las hace depender ampliamente de empresas de países desarrollados.

Sin embargo, estas capacidades no son suficientes para competir en otras regiones, en donde existen operadores consolidados, con altas ventajas tecnológicas, que

se desempeñan en mercados en donde la competencia depende del desarrollo de servicios avanzados o novedosos, y no solamente en el potencial de crecimiento del mercado como sucede en América Latina en donde la penetración de los servicios de telecomunicaciones es aún baja.

2. Los operadores de telecomunicaciones de países desarrollados han logrado desarrollar ventajas basadas en tecnologías avanzadas, que les permite desempeñarse en segmentos de mercado con mayor valor y beneficios. Pero las empresas norteamericanas y europeas, a pesar de sus capacidades tecnológicas y financieras, tienen un desconocimiento del mercado latinoamericano, debido en buena medida a las diferencias culturales, lo cual dificulta su desempeño y reduce sus expectativas de ganancia en América Latina.

No obstante, esto no ha significado su salida total de la región, sino que sugiere un cambio de estrategia, que lleva a las empresas de países desarrollados, a reforzar su posición privilegiada como proveedores de la tecnología y conocimiento en el sector comunicaciones a nivel mundial.

Por lo tanto, se argumenta que la regionalización en el mercado de telecomunicaciones, obedece a un proceso de repartición de mercados, propio de industrias con estructuras oligopólicas. Este fenómeno permite a las empresas que se quedan a operar en las distintas regiones, en este caso en América Latina, consolidar sus posiciones en el mercado. Formándose así en la región una estructura con un alto nivel de concentración, que afecta el desarrollo del sector.

Es por lo anterior que el presente trabajo se fija los siguientes objetivos:

-Estudiar a los operadores de telecomunicaciones internacionales que actualmente dominan el mercado en el continente americano, poniendo énfasis en los factores económicos y políticos que están configurando la conformación del sector.

- Analizar las reformas de liberalización que se dieron en el sector telecomunicaciones a nivel mundial y en específico en los países del continente americano que han influido en la estructura de la industria.
- Conocer el entorno institucional del sector telecomunicaciones que surgió a raíz de las liberalizaciones.
- Analizar las diferencias de la estructura de las telecomunicaciones antes y después de las reformas económicas.
- Identificar a las principales empresas de telecomunicaciones que actualmente dominan los mercados de telecomunicaciones en Norteamérica y en América Latina.
- Conocer las condiciones político-económicas en las que operan dichas empresas y en las que han desarrollado sus ventajas, buscando hacer un análisis comparativo entre las empresas que dominan hoy el mercado del continente.
- Identificar los mercados en los que participan y sus estrategias.
- Conocer la forma en como se relacionan e interactúan las empresas de telecomunicaciones en el actual régimen político-institucional del sector.

El trabajo se ha apoyado en la disciplina de la economía política internacional debido a su enfoque en el estudio no sólo de las relaciones de producción que se dan en la economía, sino en el análisis de las condiciones y relaciones institucionales y políticas que influyen tanto en la estructura como en la conducta de los mercados.

Una de las principales vertientes teóricas de esta disciplina tiene que ver con las empresas multinacionales, que son analizadas no sólo como entes aislados o desde la perspectiva de los negocios, sino como parte de un sistema económico y político más amplio, en donde interaccionan con otros actores como el Estado, y con especial atención en la manera en que influyen y se ven influidas por las condiciones de su entorno, principalmente la creación de ventajas competitivas.

En el primer capítulo, se desarrolla un marco teórico que aporta los conceptos y explicaciones esenciales para el análisis del fenómeno que aquí se estudia. Se hace una

síntesis de algunas de las principales teorías de las empresas multinacionales, especialmente de aquellas que dan cuenta de los factores que llevan a las empresas a emitir inversión extranjera o a internacionalizarse, y de los factores que determinan los lugares en donde localizaran sus actividades productivas. Asimismo, se hace un acercamiento a las ideas de los autores que explican la tendencia de la regionalización de los mercados en los que operan las firmas multinacionales y la forma en que compiten.

Se pone énfasis en aquellas empresas que provienen de las denominadas economías de red, identificando cuales son su principales características y forma en cómo se organizan y relacionan, ya que las empresas aquí analizadas forman parte de este tipo de industrias.

En un último apartado dentro de este primer capítulo se hace una reseña del Estado del Arte en el que se encuentran las investigaciones sobre el problema del presente trabajo, señalando las principales ideas y aportaciones de los diversos autores que han tratado el tema y con base en ello se señala la línea de investigación que seguirá el presente trabajo.

En el segundo capítulo se hace una revisión de las transformaciones que ha tenido el sector telecomunicaciones en las últimas décadas tanto a nivel mundial como continental. Se analizan no sólo los cambios que ha tenido la industria, sino los regímenes y políticas que han influido en éstos. Se pone especial atención a la forma en cómo los operadores de telecomunicaciones estadounidenses y europeos cambian su estrategia, y deciden salir del mercado latinoamericano, con lo cual nos aproximamos de una forma más concreta a nuestro problema de estudio.

En un tercer capítulo se estudian los casos de las dos empresas de telecomunicaciones que están dominando en el mercado de América Latina, y se identifican los factores que las han llevado a posicionarse en esta región. Además, de que se analiza la forma en cómo interaccionan y compiten en el mercado, para finalmente

señalar la forma en que esta nueva estructura en el sector telecomunicaciones afecta en distintos aspectos a la región de América Latina.

En el presente trabajo se ha hecho una investigación cualitativa para sistematizar y organizar datos, rescatando la información relevante para su análisis. Se utilizan variables en tres niveles diferentes. A nivel internacional son los acuerdos, organismos y otras figuras institucionales que influyen en la dinámica y organización del sector telecomunicaciones, es decir, que nos dan cuenta de su régimen político y jurídico. A nivel nacional son las políticas públicas e instituciones que regulan el funcionamiento de los sectores, especialmente de España y México, países de origen de las empresas objeto de estudio. A nivel micro: son todos aquellos elementos que nos describen la situación de las empresas y como compiten entre sí, tales como sus ventajas competitivas (recursos y capacidades), participación de mercado, segmentos de mercado que atienden, número de clientes, socios o alianzas estratégicas, entre otros. Especialmente estas últimas variables nos permiten en el tercer capítulo hacer un análisis comparativo de los operadores hispanoamericanos, para comprender la forma en como interactúan.

Es necesario también aclarar que el espacio geográfico aquí considerado, el continente americano, y específicamente la región de América Latina, no se toma como un bloque regional, sino sólo como aquel espacio en el que las empresas aquí estudiadas desempeñan sus principales actividades. Se reconoce la gran heterogeneidad que existe en materia de telecomunicaciones en los países del continente; sin embargo, también se reconoce que comparten ciertas problemáticas. Es por ello que no se hace un mayor esfuerzo por definir a la región, ya que no es un objetivo del presente trabajo.

Por lo tanto, además de la revisión bibliográfica necesaria, se hace uso de distintos documentos como son: informes de las empresas, informes de instituciones gubernamentales y organizaciones nacionales e internacionales del ámbito de las telecomunicaciones, así como a fuentes hemerográficas como son revistas y artículos de periódicos. Los datos estadísticos utilizados corresponden a distintos años, ya que las

cifras o estadísticas que arrojan los distintos organismos varían dependiendo de las variables que se traten, y en algunos casos no se tienen todavía cifras definitivas, especialmente para el último año.

Es importante mencionar que el problema que aborda este trabajo no es nuevo, ya anteriormente una serie de especialistas y académicos han realizado importantes contribuciones al respecto, tal y como en su momento lo señalaremos. La presente tesis se apoya en ellos, y busca sumarse y contribuir con el análisis, así como con la reflexión sobre la forma en cómo se está estructurando la industria en el continente y la manera en que está afectando el desarrollo de las telecomunicaciones, ejes fundamentales de la actividad económica y social.

Considero que es un asunto que se debe de seguir debatiendo y analizando, con el fin de llamar la atención sobre los efectos negativos que puede causar la ausencia de políticas claras en la materia, y el riesgo que implica que se deje a un puñado de actores, en este caso las empresas, decidir o determinar el rumbo del sector. Aunque se reconoce el papel del mercado en la organización y provisión de este tipo de servicios, es bien sabido que no es del todo eficiente y que se necesita la intervención del Estado, para corregir sus fallas y con ello facilitar el acceso a los servicios de comunicaciones al grueso de la población. Es precisamente esta preocupación la que me ha llevado a realizar el presente trabajo. Además de que es un tema que se derivó de mi trabajo previo en la tesis de licenciatura y que decidí darle continuidad; pero sobre todo mantengo el interés por el tema ya que a lo largo de mi vida diaria y formación profesional he entendido la importancia que hoy en día tienen este tipo de servicios para el desarrollo humano.

Esta tesis no pudo haber sido posible sin la invaluable ayuda de mi profesora la Dra. Alejandra Salas-Porras que con su conocimiento y experiencia ha guiado mi investigación, muchas de las ideas aquí vertidas han surgido de las pláticas que he mantenido con ella y en las que me ha brindado consejos y hecho señalamientos que me impulsaron a mejorar el nivel de análisis del problema. Es por ello que le estoy

enormemente agradecida.

Agradezco también a todas las personas, profesores y compañeros, que durante la maestría me brindaron su apoyo y emitieron críticas y opiniones, las cuales enriquecieron mi trabajo. Y aunque no las mencione, porque por fortuna son muchas, en su momento les he dado las gracias de forma personal por su gran apoyo y aliento.

1. Marco Teórico-Conceptual

Después de la Segunda Guerra Mundial se dieron una serie de cambios en la economía mundial: las transacciones comerciales y los flujos financieros a nivel internacional se incrementaron y las corporaciones multinacionales ampliaron notablemente su presencia a nivel mundial.

En los primeros años de la postguerra fueron las firmas norteamericanas las que tuvieron una posición dominante, pero con la recuperación económica de los países europeos y de Japón, empresas provenientes de estos países comenzaron a tener un papel importante en la economía mundial. Así, se incrementó la competencia entre corporaciones multinacionales de distintos países. En las últimas décadas del siglo XX tomaron relevancia las actividades de empresas provenientes de países no desarrollados, principalmente de economías emergentes de las regiones de Asia y de América Latina; con lo que el fenómeno de las empresas multinacionales se tornó más complejo.

Las empresas multinacionales no sólo se convirtieron en partes fundamentales de la economía internacional sino también comenzaron a tener una importante influencia en la política mundial. Su actividad afectaba y se veía afectada por las políticas de los gobiernos tanto de sus países de origen como de países receptores de la inversión extranjera directa que emitían las firmas.

Dentro del ámbito de los estudios internacionales se han desarrollado distintas teorías que buscan dar explicación sobre diversas problemáticas que van desde las transformaciones en el sistema mundial, procesos de regionalización, los diversos regímenes político-económicos, hasta asuntos más específicos como lo son las empresas multinacionales, su funcionamiento y los problemas que se presentan en torno a su actividad.

Las teorías sobre las empresas multinacionales aportan los elementos y explicaciones que son de utilidad para entender las actividades de las empresas de telecomunicaciones en el continente americano que están llevando a una regionalización del mercado.

Dentro de la teoría de las corporaciones multinacionales existen dos grandes enfoques, uno que estudia a este tipo de firmas desde una visión clásica y neoclásica o economicista (*Business Economist*); es decir, trata a estas empresas como actores independientes de los Estados. Esta corriente hace abstracción del entorno en el que se desempeña la firma para explicar su actividad y sólo lo consideran en ciertos casos para dar cuenta de su comportamiento; mientras que el otro enfoque, que parte de la disciplina de la economía política, considera el entorno en el que se desempeña la empresa, especialmente la forma en cómo interacciona con otros actores como el Estado y las instituciones. De este enfoque surgen dos interpretaciones, la crítica o marxista y la estatocéntrica, que parten de la idea de que las empresas son producto de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales de sus países de origen.¹

Se han realizado trabajos teóricos que si bien pueden estar inclinados hacia uno u otro enfoque, cada uno analiza distintos aspectos de las empresas multinacionales, que hace que en conjunto se vuelvan complementarios, más que antagónicos. Se toma por tanto aquellos trabajos que son de utilidad para el análisis y desarrollo del presente trabajo, en especial aquellos que estudian los factores de internacionalización de una firma y los factores de atracción de su inversión a ciertos mercados; así como también la forma en cómo compiten en el mercado internacional y su tendencia a regionalizar los mercados.

¹ Robert Gilpin. Chapter Eleven "The State and the Multinationals" *Global Political Economy*, 2001, p. 286

1.1. Concepto de empresa multinacional

Existen diversas formas de definir a una empresa multinacional, incluso diversas maneras de denominar a este tipo de compañías con base en la forma en como se organizan o llevan a cabo sus actividades a nivel internacional. Algunos estudiosos distinguen entre una empresa multinacional, una transnacional y una global. La primera es aquella que tiene presencia en diversos países por medio de subsidiarias que se dedican a atender las necesidades específicas de los mercados en los que se encuentran. La empresa transnacional es una firma que organiza su proceso productivo a través de las fronteras, es decir, cada fase o etapa de la producción de un bien se realiza en un país diferente, y finalmente una empresa global, es aquella con presencia geográfica más amplia, además de que también se caracteriza por una organización compleja de sus actividades.

Las diferentes definiciones varían según las características que se tomen en cuenta sobre estas empresas (organización, amplitud geográfica en la que tengan presencia) e incluso varían según los enfoques de los que se parta. Es así como la interpretación estatocéntrica las define como empresas nacionales con operaciones internacionales y que compiten con empresas de otros países.

No obstante, la definición más aceptada es la que señala que una empresa multinacional es una firma que realiza y/o controla actividades de valor agregado fuera de su país de origen, o en más de un país.²

1.2. Diferenciación entre inversión extranjera directa e indirecta

Entre los primeros estudiosos de las empresas multinacionales se encuentra Stephen Hymer, el cual sentó las bases para el desarrollo teórico sobre las empresas multinacionales. Este autor distingue entre inversión extranjera indirecta y la inversión extranjera directa. La primera es la inversión destinada a obtener ganancias con base en

² John H. Dunning. "Globalization and the Theory of MNE Activity" en Neil Hood and Stephen Young (ed.) *The Globalization of Multinational Enterprise activity and activity and Economic Development*, MacMillan Press, 2000, Great Britain, p. 44

la diferenciación en las tasas de interés; en contraste, la inversión extranjera directa se caracteriza por estar destinada a la formación de capital y control de actividades productivas.

Otras características que diferencian a la inversión directa de la indirecta son las siguientes: mientras la inversión extranjera directa se hace fuera del país de origen, se mantiene el control de los recursos en la compañía inversora y se concreta en un paquete de activos como capital, tecnología, habilidades administrativas, etc.³; la inversión extranjera indirecta son títulos de capital, deuda, acciones ordinarias o tecnología que son transferidos entre dos agentes económicos independientes a través del mercado, de tal forma que el control de los recursos se transfiere del vendedor al comprador. Dentro de la inversión indirecta, se encuentra la inversión de portafolio a través de la cual un agente busca adquirir beneficios y ganancias de la apreciación del capital. Pero la principal diferencia entre los dos tipos de inversión es que la inversión de portafolio implica un control pasivo de los recursos y la inversión directa un control activo.

1.3. Factores de expulsión y atracción de IED (push factors y pull factors)

Las principales responsables de la emisión de inversión extranjera directa (IED) son las empresas multinacionales, que Hymer atribuye a factores como: la posesión de ciertas ventajas, el tamaño de las empresas, y la resolución de conflictos⁴. En cuanto al tamaño, el autor retoma la idea marxista según la cual, en el sistema capitalista, las empresas tienden a incrementar su tamaño; conforme la firma crece se expande no sólo en su mercado de origen sino en el exterior, creando así estructuras jerárquicas y favoreciendo la división del trabajo.

En lo que se refiere a la posesión de ventajas, Hymer señalaba que, dentro de una

³ John H. Dunning. *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison Wesley, Reino Unido, 1993, p. 5

⁴Yamin, Mohammad. "A reassessment of Hymer 's contribution to the theory of the transnational corporation" en Pitelis, Christos N. & Sugden, Roger (edit), *The Nature of the transnational firm*, Routledge, London-New York, 1991, pp. 66-68

industria, una firma puede poseer ciertas habilidades que las demás no, lo cual la pone en una mejor posición en el mercado no sólo nacional sino también externo. En los mercados internacionales las empresas buscan explotar y preservar ventajas específicas o monopólicas.⁵

El concepto de ventajas de propiedad introducido por este autor, es importante en la teoría de la firma, especialmente para la corriente institucionalista, ya que explica una de las razones principales por las cuales una empresa continúa su crecimiento, y en este caso se internacionaliza.

Entendemos por ventajas de propiedad, aquellos activos sobre los cuales la firma tiene un control, que pueden ser tangibles como el capital, la posesión de cierta tecnología, o intangibles que tienen que ver más con la posesión de ciertos conocimientos o habilidades para organizar de una mejor forma su proceso productivo o aprovechar de una manera más eficiente los recursos con los que cuenta.

Cuando las ventajas de una empresa se basan en activos tangibles, como la posesión de cierta tecnología o el desarrollo de un producto innovador, resulta mucho más rentable para la firma explotarla por su cuenta que venderla en el mercado, o transferirla mediante licencia o contrato a otros para su explotación, evitando así, los costos de negociación con otras empresas y la incertidumbre que ello implica. Mediante el control monopólico de la tecnología, la empresa puede aprovechar sus distintas aplicaciones en diversos mercados, así como en distintas etapas de la producción, dependiendo del tipo de activo del que se trate, que para algunos autores se puede convertir en una prolongación del ciclo del producto.

Cuando la ventaja de propiedad de la empresa se basa en activos intangibles, su transferencia o explotación mediante el mercado se vuelve mucho más complicada. Por tratarse de activos, habilidades o conocimientos, su valor es difícil de determinar en una

⁵ *Ibidem*

trasacción de mercado, además de que su transferencia no se realiza de una forma completa, y en ocasiones es incluso imposible, ya que muchas de estas habilidades o conocimientos se encuentran relacionados con la experiencia que la firma va desarrollando en su funcionamiento cotidiano.

Para autores como Edith Penrose, los recursos materiales con los que cuenta una empresa junto con sus ventajas de propiedad intangibles son los que la hacen única, y que le dan las capacidades suficientes para continuar su crecimiento. Es la diferencia de capacidades con respecto a otras la que determina el éxito o permanencia de una firma en el mercado.⁶

Si bien, lo arriba señalado, tiene que ver con el ámbito interno de la empresa, las capacidades de ésta se mantienen y desarrollan cuando interacciona con el exterior. Es en el ambiente en el que se desempeña, en donde encuentra las oportunidades para seguir incrementado sus beneficios o, por el contrario, encuentra límites a su crecimiento. Se entiende que este ambiente no sólo es un espacio geográfico, sino es la industria o sector en el que se desempeña la firma, en el que interacciona con otras empresas que pueden ser sus competidores, o en su caso proveedores de insumos, y demás entidades públicas o privadas que están relacionadas con el funcionamiento de dicha industria (autoridades reguladores gubernamentales, organismos de estandarización, asociaciones de consumidores, asociaciones empresariales, etc.)

⁶ Eunice L. Taboada Ibarra. "Teoría del crecimiento de la empresa. La Perspectiva de Edith Penrose" en Taboada Ibarra, Eunice L. (Coord.) *Hacia una nueva Teoría de la Empresa. Elementos desde la Economía Institucional Contemporánea*, UAM, México, 2007, pp. 135-151

Cuadro 1. Tipo de Inversión Extranjera Directa y sus motivaciones

Tipo de IED	Objetivos
IED motivada por búsqueda de recursos (<i>resource seeker</i>)	-Adquirir cierto tipo de recursos naturales, humanos o de tipo tecnológico. Su objetivo es tener seguridad en la provisión de insumos y minimizar costos. -Países con ciertas características naturales y demográficas atraen este tipo de IED.
IED motivada por búsqueda de mercados (<i>market seeker</i>)	-Comercializar directamente productos o servicios. Se justifica por el potencial de crecimiento de la demanda de estos productos y servicios en ciertos países o regiones. -Presencia en los mercados de origen de sus principales competidores, para neutralizar sus posición (inversión de carácter defensivo y estratégico).
IED motivada por búsqueda de eficiencia (<i>efficiency seeker</i>)	-Racionalizar la base de recursos de empresa. -Aprovechar las diferencias en la disponibilidad y costo de los factores de producción en distintos lugares. -Obtener economías de escala y diversificación
IED motivada por búsqueda de activos estratégicos (<i>strategic asset seeker</i>)	-Adquirir otras empresas o formar <i>joint ventures</i> . -Ingresar en nuevos segmentos de mercado -Crear sinergias en actividades de Investigación y Desarrollo -Complementar oferta de bienes y servicios -Disminuir costos de transacción.
Inversiones de Escape	-Evadir regulaciones o políticas restrictivas o que afectan sus intereses en países o regiones de origen. -Relocalizar actividades productivas.
Inversiones de Apoyo	-Brindar servicios necesarios para la organización y funcionamiento adecuado de la empresa(búsqueda de oportunidades de inversión, relaciones con los gobiernos, reclutamiento, etc.) -Coordinar a las distintas unidades de negocio de una empresa.
Inversiones pasivas (de portafolio)	-Obtener ganancias en los mercados de capital. - Financiar actividades productivas.

Fuente: John Dunning. *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison Wesley, Reino Unido, 1993, varias páginas.

Los estudiosos como Dunning, al explicar los factores que llevan a una firma a emitir inversión extranjera o aquéllos que la atraen a realizar actividades en distintos mercados, lo que en realidad señalan son los elementos y características en el entorno que la firma identifica para reforzar sus capacidades (búsqueda de recursos), mejorar sus beneficios (búsqueda de mercados, búsqueda de activos estratégicos) o en su caso resolver conflictos (inversiones de escape); es con base en tales factores que la inversión extranjera directa se clasifica en distintos tipos como se muestra en el Cuadro 1.

Asimismo, existen otros motivos externos a las empresas, o que influyen en su decisión de invertir en el exterior e iniciar su internacionalización. Como se mencionó antes, las fallas en el mercado son un incentivo fundamental. En la realidad las empresas se desempeñan en mercados imperfectos, en donde no existe información completa, lo cual genera incertidumbre entre los agentes económicos para realizar de manera efectiva las transacciones a través de las fronteras. Esta falta de información provoca que la racionalidad de los agentes para tomar decisiones se limite, además de que genera situaciones de oportunismo y riesgo. Por ello buscan organizar sus actividades de tal forma que les garantice un resultado óptimo. Por lo regular, organizan sus actividades productivas de manera jerárquica para tener un control sobre ellas.⁷

Las empresas buscan evitar riesgos tales como la amenaza de compradores extranjeros mucho más grandes y con más recursos, capaces de absorberlos o eliminarlos del mercado, por lo que se ven en la necesidad de aumentar su tamaño y presencia, no sólo en su país sino en mercados externos.

En algunas ocasiones, las empresas también se enfrentan ante una demanda demasiado elástica de su producto o servicio que ofrecen, o ante un mercado muy limitado o saturado, por lo que se ven impulsadas a diversificar sus actividades, tanto en su mercado de origen como a nivel internacional, buscando sacar provecho de la gestión común de esta serie de actividades y de las sinergias que se puedan crear que les permitan obtener rentas económicas altas.

Otro factor fundamental que impulsa a las empresas a emitir inversión extranjera directa son las políticas gubernamentales de los países de origen de las empresas, tanto las que influyen en la formación de condiciones para que las firmas desarrollen cierto tipo de ventajas, como las políticas que incentivan explícitamente a invertir en el exterior.

⁷ Es aquí en donde surgen las llamadas ventajas de internalización, las cuales consisten en la capacidad de la empresa en organizar de manera interna distintas fases del proceso productivo, sin necesidad de recurrir a agentes externos para completar la producción o comercialización de un bien o de un servicio (Dunning 1993).

Asimismo, estas mismas políticas incentivan que la inversión extranjera que llega tenga un impacto positivo o negativo en la economía, o mejor dicho se complemente con las políticas de crecimiento y desarrollo.

Michael Porter señala que las ventajas son creadas y mantenidas en la economía nacional, y se ven reforzadas solamente con su actividad a nivel internacional. Propone el modelo llamado “diamante”, a través del cual busca explicar las interacciones y relaciones que se dan entre las empresas, las instituciones públicas y las políticas económicas (industrial, comercial, fiscal y monetaria), que permiten crear las condiciones en las que se desarrollan las ventajas.

Las instituciones, las políticas y regulaciones estarían enfocadas a que las empresas realicen de forma efectiva su actividad productiva, proveyendo los factores necesarios y disminuyendo las incertidumbres propias del mercado. Asimismo, a través de las políticas industriales se buscaría incentivar a las empresas a involucrarse en actividades que generen un mayor valor.

Con base en la concepción anterior, diversos gobiernos han emprendido políticas que impulsan la inversión extranjera directa de sus empresas, ya que ven en ello una oportunidad de mejorar el desempeño de las economías en su conjunto. Entre tales incentivos se encuentran créditos para financiar proyectos en el exterior, en algunos casos seguros a las inversiones riesgosas, incentivos fiscales, servicios de información o asesoría sobre mercados extranjeros, entre otros. En algunos países asiáticos como Japón tales medidas forman parte integral de la política industrial y planes de desarrollo económico.

Los gobiernos también juegan un papel fundamental en la atracción de inversión. Los desarrollos teóricos sobre las multinacionales y la inversión extranjera directa han promovido diversos debates sobre la necesidad de la inversión foránea y los efectos que ésta tiene sobre las economías nacionales. Tales discusiones responden a los momentos

históricos y al grado de desarrollo de los países.

En las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial si bien se dio un auge de la actividad de las empresas transnacionales, principalmente estadounidenses, en muchos países en desarrollo se llegó a ver con reservas la actividad de estas empresas, por lo que se adoptaron medidas proteccionistas, no sólo comerciales sino también restrictivas a la inversión extranjera, especialmente en sectores que se consideraban estratégicos. La mayor parte de estos países adoptaron un modelo de desarrollo de sustitución de importaciones que buscaba favorecer el crecimiento de sus industrias nacionales.

En los años ochenta, a raíz de la ola de liberalización económica, muchos países cambiaron sus políticas hacia la inversión extranjera; ésta se comenzó a ver como un elemento positivo que podía reactivar las economías de los países, principalmente aquellos que sufrieron crisis económicas como las naciones latinoamericanas.

Con la inversión extranjera se pretendía modernizar aquellos sectores que se habían quedado estancados en el modelo de desarrollo anterior, incluso aquellos que por largo tiempo se consideraron estratégicos y símbolos de soberanía, como son las industrias de explotación de recursos naturales o las comunicaciones, que en su mayor parte se encontraban en manos del Estado. Además, se veía en la presencia de empresas multinacionales una fuente de generación de empleos, debido a que la situación laboral y social, había quedado bastante afectada.

No sólo en los países en desarrollo o en aquellos que sufrieron crisis económicas se cambió la actitud hacia la inversión externa, también en los países más industrializados, en donde se llegaba a ver con recelo las actividades de las empresas transnacionales, se comenzó a ver al capital extranjero como un complemento a las actividades productivas de sus empresas nacionales y una fuente de nuevos recursos tecnológicos y habilidades. Incluso, antes de que países en desarrollo o emergentes abrieran sus economías, ya existía un intenso intercambio no sólo comercial sino de inversiones directas e indirectas

entre los principales países industrializados de la denominada Triada, que incluían a las naciones de Europa Occidental, Japón y EE.UU., patrón que se mantiene hasta la actualidad.

Es así que muchos países adoptaron un modelo de desarrollo liberal en el cual se emprendieron una serie de medidas encaminadas a atraer inversión extranjera. Una de las principales medidas es la modificación de sus legislaciones para permitir una mayor participación de capital extranjero en diversos sectores. Además, los gobiernos emprendieron procesos de privatización de empresas estatales.⁸

Otras medidas que han implementado los gobiernos para atraer inversión tienen que ver con los requerimientos de operación de las empresas multinacionales, al flexibilizar o eliminar los requisitos de contenido nacional o utilización de materias primas nacionales, permitiendo el mayor uso de insumos importados.⁹

En algunos países se diseñan políticas que favorecen directamente las rentas y beneficios de las empresas, tales como los incentivos fiscales, las garantías de inversión, incentivos a las empresas que generen empleos y facilidad de préstamos o financiamiento. Algunos estudiosos han cuestionado el impacto de estas medidas, ya que de no ser conducidos adecuadamente pueden tener costos elevados en la economía de acogida; es decir, deben implementarse en conjunto con otras obligaciones hacia las empresas como comprometerlas a mantener el crecimiento del empleo o introducirse en actividades de mayor valor agregado o que tengan que ver con el cuidado del medio ambiente, entre otras.¹⁰

⁸ Neil Hood and Ewen Peters. "Globalization, Corporate Strategies and Business Services" en Neil Hood and Stephen Young (ed.) *The Globalization of Multinational Enterprise activity and Economic Development*, MacMillan Press, 2000, Great Britain, p. 81

⁹ John H. Dunning, *op. cit.*, pp. 550-560

¹⁰ *Ibid*, pp. 60-61

Además de los incentivos arriba mencionados, es indudable que uno de los determinantes principales para que un país atraiga inversión extranjera directa son las condiciones políticas, económicas e institucionales, mismas que permiten a sus empresas desarrollar ventajas competitivas y a las empresas multinacionales localizarse en su territorio para llevar a cabo actividades de mayor valor agregado y beneficiar a toda la economía.

Es decir, los países crean ventajas de localización para las empresas. Este tipo de ventajas se vuelven complementarias de las ventajas de propiedad con las que cuentan las firmas porque les brinda acceso a nuevos recursos (factores de producción), pero también generan nuevas habilidades y conocimientos a las empresas, producto de su proceso de adaptación a los mercados hacia los que se expanden.

John Dunning señala que lo que influye en la decisión de una firma por invertir en cierto mercado, es la expectativa que tiene de incrementar sus beneficios, debido a la combinación de sus ventajas de propiedad con las ventajas que ofrece el país receptor. Estas ventajas de localización, como se mencionó antes, pueden ser de dos tipos: las que tienen que ver con la dotación de factores de producción con los que cuenta el país, así como con las condiciones institucionales, entendiendo por estas últimas el grado de participación del Estado en la economía, así como la forma en que realiza esta intervención, ya que de ello dependen las regulaciones y políticas que fomentan o limitan las actividades de la empresa.

El peso que tiene cada característica o ventaja varía según el tipo de empresa y capacidades con las que cuente la firma para explotarla, así como de la industria en donde se desempeñe. Por ejemplo, en el caso de una empresa del sector textil puede que se vea atraída hacia un país por la abundante mano de obra, así como por el tipo de regulación laboral existente, lo que le permitiría disminuir sus costos de producción. Por otro lado, existen industrias en donde las condiciones institucionales son determinantes, principalmente aquellas que condicionan el ingreso y operación en el mercado a la

aprobación previa de las autoridades; tal es el caso de las comunicaciones o el transporte, en donde la mayoría de las empresas tienen que pasar por un proceso para obtener concesiones o licencias de operación por parte del Estado.

Aunque los requisitos y barreras a la entrada han disminuido en los últimos años, producto de la liberalización económica, aún continúan siendo considerados sectores estratégicos lo que hace que los gobiernos apliquen una regulación más amplia. Es por ello que las empresas de estos sectores son sumamente cuidadosas al decidir su entrada en este tipo de mercados, analizando primero la postura y estrategia de desarrollo de los gobiernos con respecto a estos sectores.

Es por lo anterior que las empresas deben de tener gran capacidad de vincularse con las agencias regulatorias y políticas; las relaciones institucionales y públicas son entonces una ventaja de propiedad fundamental para empresas de estas industrias, lo que les va a garantizar el acceso a los insumos e infraestructura necesarios para su operación (por ejemplo, las redes y el espectro radioeléctrico en el caso de las comunicaciones), así como su permanencia y grado de participación en el mercado.

No obstante, el fin último de los gobiernos no es favorecer el funcionamiento del mercado y la actividad de las empresas, sino que esto sea un medio para alcanzar metas de desarrollo mucho más amplias. Es por ello que Porter parte de la proposición de que finalmente son las empresas las que compiten a nivel internacional y no las naciones en conjunto¹¹. Más bien, el objetivo que se perseguiría a nivel de nación es que el adecuado desempeño de las empresas derive en un beneficio para la sociedad en su conjunto.

¹¹ Michael E. Porter. *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. tr. Rafael Aparicio Martín, Plaza y Janes, Barcelona, 1991, p. 63

1.4. Competencia Oligopólica en los mercados internacionales

Las firmas interactúan en su entorno con otras empresas que proveen servicios similares. A diferencia de lo que dice la teoría neoclásica, las firmas de una industria no participan en mercados perfectos, en donde los actores son racionales, ya que cuentan con información completa, basada en los precios, que les indican el nivel de oferta y demanda en un mercado (o qué y cuánto producir).

Por el contrario, las empresas se desempeñan en mercados imperfectos tanto a nivel nacional como internacional. En la realidad, como argumentan los académicos institucionalistas antes mencionados, las firmas y los individuos cuentan con una racionalidad limitada, pues no tienen acceso a la información completa, ya que las decisiones no sólo son tomadas con base en los precios, sino que intervienen otra serie de factores como la confianza, las limitaciones tecnológicas o innovaciones, las regulaciones, los cambios de gusto de los consumidores o necesidades, etc., que vuelven mucho más compleja y a la vez conflictiva la forma en como las empresas actúan e interactúan en el mercado.

Además de que no todos los mercados tienen un punto de equilibrio, o si lo hay éste no corresponde al considerado dentro de la teoría de la competencia perfecta. Cada industria y los tipos de productos o servicios que se generan tienen distintas formas de producción y demanda, lo que lleva a la formación de distintos tipos de estructuras de mercado, en donde el grado de control que tiene una empresa sobre la producción y el mercado es diferente.

Dentro del enfoque de la organización industrial, se han desarrollado teorías sobre las estructuras del mercado. Es así como encontramos diversas estructuras de mercado. En el Cuadro 2 se resumen las principales estructuras de mercado que la teoría económica identifica. Estas estructuras de competencia imperfecta se caracterizan según el alcance del poder de mercado de las empresas participantes; es decir, el grado en el

que las empresas pueden controlar tanto los precios como la producción de bienes o servicios en una industria.¹²

Cuadro 2. Estructuras de mercado

Tipo de estructura de mercado	Número de competidores
Competencia Oligopolística	Muchos productores pero con productos diferenciados.
Oligopolio	Pocos competidores
Monopolio	Un solo productor

Fuente: Paul Samuelson y Willim D. Nordhaus Economía, McGraw Hill, ed. 17, España, 2002, p. 144

Dentro de la teoría económica se reconocen tres factores principales que influyen para que se desarrollen este tipo de estructuras de competencia en el mercado:

1) Los costos. Cuando un negocio sólo es rentable cuando produce un porcentaje considerable de la producción de bienes o servicios dentro de una industria.

2) Las barreras a la competencia. Cuando existen medidas gubernamentales que restringen la entrada de nuevos competidores o cuando se requieren economías de escala para que sea viable el negocio.

3) La interdependencia estratégica. Cuando la estrategia y conducta de una empresa depende o se ve influida por la actividad de sus competidores.¹³

Entre otros factores que influyen en la concentración de mercado se encuentran los gastos de publicidad, ya que solo pocas empresas dominan la información que requieren los compradores. También favorecen esta tendencia los altos costos de capital, porque en algunas industrias se requieren de altos montos de inversiones para entrar.

Otro elemento que favorece la concentración son las actividades de investigación y desarrollo, ya que se necesitan grandes inversiones y de economías de escala para el aprovechamiento de las innovaciones, además de que siempre tienen un nivel de riesgo. Asimismo, la complejidad de la organización, esto es, adaptarse a las prácticas de negocios y al tipo de relaciones tanto entre competidores como con proveedores y otros

¹² Paul A. Samuelson, y William D. Nordhaus. Capítulo 10 “El oligopolio y la competencia monopolística”, *Economía*, McGraw Hill, ed. 17, España, 2002, p 157

¹³ *Ibid*, p 159

agentes relacionados con el sector o industria al que se desea entrar, provocan que sólo un número reducido de empresas participen en ciertas industrias.¹⁴

El hecho de que exista una gran concentración en el mercado no implica que no haya competencia, de hecho como menciona Paul Samuelson en industrias oligopólicas es en donde se muestran y manifiestan un grado de rivalidad mucho mayor, ya que las pocas empresas participantes buscan controlar la mayor parte del mercado, y como en muchas ocasiones suelen ofrecer productos similares, recurren a estrategias de competencia mucho más sofisticadas mediante la publicidad, aumento de la calidad o innovaciones en sus productos o servicios, más que competir mediante los precios.¹⁵

Sólo en el caso del monopolio es en donde se anula la competencia de manera deliberada mediante medidas o regulaciones por parte de los gobiernos para limitar la entrada de otros competidores. No obstante, existe el caso de los denominados monopolios naturales, que son aquellos sectores en donde una sola firma puede proveer de manera eficiente el producto o servicios, principalmente en el caso de algunos servicios públicos como el agua, la electricidad, el transporte, o las telecomunicaciones. Aunque en las últimas décadas en distintos países se han emprendido reformas para introducir la competencia en estos sectores, los monopolios todavía se mantienen en varios países.

El argumento económico que justifica la existencia de un monopolio natural es que la tecnología y forma de producción permiten costos medios y marginales¹⁶ de producción bastante bajos, y entre mayor sea el número de productos o servicios que se ofrecen, estos costos disminuyen más y por ende declina también el precio al cual se ofrecen en el mercado. Sin embargo, actualmente son pocas las industrias que se mantienen como monopolios naturales, aunque la posibilidad de que surjan aun sigue latente. Más bien la

¹⁴ Richard E. Caves. *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, 2o. Ed., Cambridge University Press, 1996, pp. 83-84

¹⁵ Paul A. Samuelson, y William D. Nordhaus, *op. cit.*, p. 144

¹⁶ Por costos medios de producción se debe entender el costo promedio de producir cada unidad, se saca dividiendo el costo total de producción entre el número de unidades producidas; mientras que el costo marginal es el costo adicional necesario para producir una unidad más de producción. Estos costos se vuelven decrecientes cuando se generan economías de escala.

estructura de mercado que hoy domina en la mayoría de las industrias son las estructuras oligopólicas, incluso en aquellas en donde antes eran comunes los monopolios.

Según Stephen Hymer, existe una relación dialéctica entre el monopolio y la competencia, ya que esta última al final derivaba en el dominio del mercado por parte de una empresa; sin embargo, el monopolio posteriormente necesitaba de la competencia para poder mantenerse o crearse. Autores como Penrose y Schumpeter entendían al monopolio como una etapa en los ciclos de innovación del mercado, cuando la empresa que contaba con la ventaja competitiva superior o recientemente desarrollada, podía explotar sus beneficios de manera exclusiva; el monopolio entonces era una especie de “recompensa” por la innovación.

La inversión extranjera directa o el proceso de internacionalización de una empresa, busca resolver o suavizar conflictos, especialmente de competencia; ejercer mayor control sobre las ventajas de propiedad, con el objetivo de obtener los mayores beneficios de su explotación no sólo en su mercado de origen sino en otros países. Lo anterior limita la competencia y disminuye el conflicto, pero al mismo tiempo favorece un mayor grado de concentración.

Siguiendo esta línea de pensamiento en lo que se refiere a la competencia en los mercados internacionales, Richard Caves señala que existe una relación estrecha entre la competencia de tipo oligopólica y la inversión extranjera directa, debido a que las causas estructurales, o mejor dicho imperfecciones en el mercado, que favorecen la concentración de la industria son las mismas que llevan a una empresa a internacionalizarse. Para demostrarlo Caves utiliza en su trabajo una serie de ejemplos en diversos países en donde un aumento de la inversión extranjera o presencia de multinacionales en ciertos mercados aumenta la concentración de las industrias, así como a la inversa, en industrias caracterizadas por una estructura de competencia altamente concentrada aumenta el monto de inversión extranjera directa.

Se identifican dos tipos de oligopolios: coludido (*tight-knit oligopoly*) y no coludido (*loose-knit oligopoly*). El monopolio coludido es aquel en donde existen acuerdos explícitos entre los competidores para modificar los precios o los niveles de oferta en el mercado, o bien para repartirse mercados. Históricamente existen diversos ejemplos, los más famosos son los cárteles de principios de siglo XX; no obstante, actualmente este tipo de conductas o prácticas desleales están prohibidas en la mayor parte de los países. Sin embargo, no han desaparecido del todo y, si bien en menor medida, se continúan practicando .

Por su parte, el oligopolio no coludido, es aquel en el que se desarrollan otro tipo de prácticas a través de las cuales las firmas resuelven conflictos de competencia. Este tipo de oligopolio surge a raíz de la interdependencia estratégica que existe entre las empresas de una industria.

Entre las prácticas más comunes encontramos los acuerdos de licencias de ciertas tecnologías o conocimientos; la formación de *joint ventures*, a través de los cuales dos o más empresas invierten y colaboran para desarrollar un negocio, alianzas estratégicas para desarrollar proyectos, los más comunes son en materia de investigación y desarrollo; intercambio de acciones entre las empresas que suelen inhibirlas de mantener conductas hostiles entre sí, hasta la diferenciación de productos o servicios, en donde empresas de un mismo sector se especializan en servir distintos mercados.

Sin embargo, a pesar de este tipo de acuerdos, en el oligopolio no coludido no existe una total coordinación de las actividades de las empresas, por lo que se mantiene cierto grado de competencia a pesar del alto grado de concentración en los mercados. En este tipo de estructuras las empresas adoptan un comportamiento de “imitación”, es decir, las empresas reaccionan o delinean sus estrategias dependiendo de lo que realicen sus rivales, pero por lo regular suelen contrarrestar o neutralizar la posición con comportamientos y estrategias similares, la más común es crear subsidiarias o establecer negocios en los mercados en donde se ubican sus principales competidores.¹⁷

¹⁷ Caves señala que este comportamiento se debe a que cada vez es más común que las empresas de

La interacción oligopólica por lo tanto, tiene una parte de rivalidad y otra de coordinación o de colusión. Si bien una parte de la actividad internacional o inversión extranjera directa que llevan a cabo las firmas busca mejorar sus ventajas y obtener una mejor posición de mercado frente a sus rivales, otra parte de esa IED es dirigida por las negociaciones explícitas o implícitas entre las empresas multinacionales y que derivan muchas veces en la repartición de mercados. Pasando así de manera periódica de etapas de gran competencia a etapas de estabilidad de mercados.

Algunas industrias son más propensas que otras a desarrollar formas de competencia de tipo oligopólico e incluso monopolístico, este es el caso de las llamadas industrias de red o economías de red de las que hablaremos a continuación y que resultan relevantes para el sector en el que operan las empresas que en este trabajo se analizan.

1.5 Economías de red

Las economías de red son aquellas industrias en donde la provisión de un producto o servicio forma parte de un sistema o como su nombre lo dice de una red, el valor de este servicio se adquiere sólo si está interconectado con otros productos o servicios ya que por sí mismo no tiene ninguna utilidad. Ejemplos de economías de red son la industrias del transporte, la de electricidad, el software, las telecomunicaciones, entre las más importantes.

Las principales características de la industrias de redes son:

- Externalidades. Se refiere precisamente a la forma en como la utilización de estos servicios o productos generan redes. El que un tipo de producto o servicio predomine en la industria depende de las expectativas que generen los usuarios sobre la tecnología empleada y el tamaño de las redes.
- Arraigo de tecnologías. En estas industrias suelen ser pocas las tecnologías que tienden a dominar en el mercado. Una vez que una tecnología logra

una misma industria altamente concentrada, tengan metas u objetivos de negocios cada vez más parecidos (Caves 1996, p. 93)

dominar en el mercado, el equilibrio en este tipo de industria se da hacia uno o unos cuantos productos o servicios.

- Complementariedad y estandarización. La complementariedad quiere decir que en estas industrias los usuarios en realidad lo que compran son sistemas y no productos o servicios individuales. Mientras que la estandarización se relaciona con la compatibilidad tecnológica que los productos o servicios necesitan tener para que la red funcione adecuadamente. La estandarización genera necesidad de coordinación entre las empresas, por lo que los riesgos de colusión en este tipo de industrias son altos.
- Costos de conexión. Se refieren a los costos de pertenecer o no a una red, y son generados por diversas causas como: los contratos, la capacitación o el aprendizaje en el uso de cierta tecnología, la lealtad, etc. Los costos de conexión aumentan más cuando el uso de un tipo de servicio o producto se encuentra mucho más difundido o es utilizado y consumido entre una base de usuarios mucho más amplia. Entre más altos sean este tipo de costos, es más fácil que las empresas mantengan cautivos a los usuarios.
- Concentración de mercado. Como las redes necesitan ser amplias para que generen mayor valor y se produzcan economías de escala, son pocas las empresas las que dominan el mercado. Se producen así estructuras oligopólicas de mercado y algunas veces monopolíticas¹⁸.

Por otra parte, estas estructuras oligopólicas son también alentadas por las regulaciones y políticas de los gobiernos de los países en donde estas empresas se desempeñan, ya que tienden a favorecer a ciertos operadores o firmas para mantener posiciones en el mercado. Las empresas que se ven favorecidas son aquellas que logran no sólo cumplir con los requisitos exigidos, sino que logran crear vínculos estrechos con las autoridades y hacer converger sus intereses con los intereses políticos en materia de

¹⁸ Oz, Shy. *The economics of Network Industries*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001, pp. 1-11, 101-105.

desarrollo de esos sectores e industrias que tiene los gobiernos en determinado momento.

1.6 Regionalización de la actividad de las empresas multinacionales

La regionalización es un proceso de integración, que si bien puede ir acompañado de acuerdos formales y procesos institucionales entre los gobiernos de los países (o regionalismo), en realidad comprende relaciones e interacciones más amplias dentro de determinado espacio geográfico entre diversos actores, entre los que se encuentran las empresas.

Las causas principales por las que las empresas tienden a regionalizarse son: 1) nuevos métodos de producción y administración; 2) facilidad de economías de escala; 3) cercanía con sus consumidores principales y 4) afinidades culturales.

En la década de los noventa del siglo XX distintos estudiosos hablaban del auge de la globalización y cómo es que ésta llevaba a las empresas a diseñar estrategias cada vez más complejas y de un mayor ámbito geográfico. Afirmaban que el proceso de liberalización daba nuevas oportunidades a las empresas para ampliar su mercado.

No obstante, algunos estudiosos señalaban la existencia de otros factores que se daban dentro del proceso de globalización y que determinarían su estrategia a nivel internacional.

Entre estos factores se encuentran la naturaleza de la competitividad, el auge de las economías de Asia, la incapacidad de muchos países para desarrollarse, el cambio en el balance entre los sectores público y privado, el dominio de los bloques comerciales y de procesos de integración de mercados en la economía mundial. Así como los ya tradicionales como el contexto fijado por los gobiernos, los consumidores, los proveedores, el nivel de alcance de la tecnología y la cultura de los países en los que operan.¹⁹

¹⁹ Peter J. Buckley. "Corporations and Structural Change in the World Economy" *The Changing Global Context of International Business*, Palgrave MacMillan, New York, pp. 39-40

Peter J. Buckley señala que se ha abusado del concepto de globalización y para darle significado es necesario delimitar bien los distintos tipos de mercados, ya que estos se diferencian entre sí por el grado de integración que tienen; es así como se identifican tres mercados: mercados financieros, mercados de bienes y servicios, y mercados laborales.²⁰

Los mercados financieros están muy integrados a nivel internacional, al estar poco regulados en la mayor parte de los países, se les permite un mayor grado de libertad en la realización de esta clase de transacciones financieras. Por su parte, los mercados de bienes y servicios están integrados a nivel regional y su coordinación depende de las políticas que se llevan a cabo en instituciones como la UE, TLCAN, etc. Mientras que los mercados laborales aun tienen una base nacional muy fuerte; sin embargo, en algunas regiones como la Unión Europea se han creado regímenes laborales y se permite el libre tránsito de las personas, en otras regiones no existen regulaciones o políticas al respecto, pero son constantes los flujos migratorios con fines laborales.²¹

Los distintos niveles de integración favorecen a las empresas multinacionales debido a que les brindan acceso a capital a bajo costo, economías de escala regionales para los bienes y servicios, y mercados laborales segmentados, es decir, con costos diferenciados en mano de obra tanto calificada como no calificada.

Todos los factores influyen en la estrategia de las firmas, las cuales después del periodo de reformas y apertura de las economías nacionales que se dio en las dos décadas anteriores, parecen haber entrado en los últimos años en un proceso de consolidación de mercados, que se manifiesta en la regionalización de sus actividades productivas.

²⁰ *Ibid*, p.43

²¹ *Ibidem*

Uno de los estudiosos que señaló este fenómeno fue Alan M. Rugman; quien nos dice que las empresas multinacionales tienen cada vez más una orientación regional de sus estrategias, por lo que la mayor parte de las firmas internacionales están adquiriendo un carácter regional, y sólo unas pocas pueden ser consideradas realmente globales.

Aunque Rugman ha centrado su estudio en las tres regiones principales de Norteamérica, Unión Europea y Asia²², es indudable que el fenómeno que señala se presenta en otras regiones del mundo, y le sirve para clasificar a las empresas multinacionales en cuatro tipos:

- 1) Firmas que realizan sus actividades dentro de la región a la que pertenece su país de origen (*home region oriented firms*).
- 2) Firmas con actividad en dos regiones o “biregionales” (*bi-regional firms*)
- 3) Firmas con presencia en una región distinta a la de origen (*host region oriented firm*)
- 4) Firmas presentes en varias regiones o firmas globales.²³

Otro elemento que determina que una empresa sea regional, biregional o, en su caso global, es el tipo de sector en el que se encuentra. Algunos mercados son más flexibles en su comercialización y distribución, mientras otros requieren de un mayor despliegue de recursos que los llevan a tener una orientación local y regional.²⁴

²² Rugman se basa en las 500 empresas multinacionales más importantes del mundo que son consideradas por diversas publicaciones de negocios especializadas Alan M. Rugman. *The Regional Multinationals. MNEs and “Global” Strategic Management*, Cambridge University Press, United Kingdom, 2005, pp. 1-8

²³ *Ibid*, pp. 4, 13-20

²⁴ Este es el caso de las industrias pesadas como de explotación de recursos naturales (minería, petróleo etc.) y de las que emplean una gran capacidad tecnológica, como lo es el caso de las telecomunicaciones y de tecnologías de información y comunicación, aunque cabe señalar que los avances tecnológicos permiten un mayor grado de cobertura y sinergias en los mercados de los servicios o productos en los que tienen presencia, pero aun así es difícil encontrar en este tipo de sectores empresas realmente globales. *Ibid*, pp. 24 y 26

1.7. Estado del Arte

Desde la década de los noventa distintos autores han tratado de dar cuenta del fenómeno de las empresas multinacionales que tienen origen en países latinoamericanos y empresas españolas. Entre los trabajos más destacados se encuentran los de Daniel Chudnovsky, Bernardo Kosacoff y Andres López que en conjunto han estudiado las características de los grandes grupos empresariales de países como Argentina, Brasil, Chile y México y las causas por las que emprendieron su expansión internacional²⁵. En esta misma línea de estudio se encuentran los trabajos de Wilson Pérez y Celso Garrido, los cuales estudian también las estrategias de las que se han valido estos grupos para internacionalizarse.²⁶

En el caso de España se encuentra el trabajo de Juan José Duran y Mauro F. Guillén en los que hacen un estudio detallado de las empresas españolas. Estos autores dan especial énfasis a sus características y causas de expansión y evalúan su desempeño en el mercado de América Latina .

Recientemente Javier Santiso ha hecho un estudio sobre la emergencia de las empresas multinacionales provenientes de países de la región de América Latina, en especial de México y Brasil a las que se les ha denominado “multilatinas”. Así como hace un estudio comparativo de éstas con las empresas españolas, como las primeras empresas hispanas o latinas que se internacionalizaron. Argumenta que la principal causa de crecimiento de las empresas de México y Brasil se encuentra en el bajo costo del capital que se tuvo en los últimos años.²⁷

²⁵ Daniel Chudnovsky, Bernardo Kosacoff y Andres López. *Las multinacionales latinoamericanas: sus estrategias en un mundo globalizado*, FCE, Argentina y México, 1999, varias páginas.

²⁶ Celso Garrido y Wilson Peres. *Big Latin American industrial companies and groups* en **CEPAL Review**, Naciones Unidas/CEPAL, No. 66, Santiago de Chile, Diciembre 1998, 12-150 pp.

²⁷ Javier Santiso. *La emergencia de las multilatinas*, **Revista de la CEPAL**, No. 95, Agosto 2008, Naciones Unidas/CEPAL, Santiago de Chile.

No obstante, algunos estudiosos han señalado que las teorías clásicas de las empresas multinacionales no explican por completo el fenómeno de la internacionalización de las industrias de servicios, en especial la internacionalización de cierto tipo de servicios que tienen que ver con lo que los economistas denominan industrias de redes, como las telecomunicaciones, los servicios financieros, las aerolíneas, entre otros.²⁸

Los autores que estudian a las empresas multinacionales de servicios argumentan que los servicios tienen características diferentes a las manufacturas, que es en los sectores en donde se han realizado la mayor parte de los estudios. Los servicios se caracterizan por su intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad, lo cual hace que su proceso de internacionalización se desarrolle de forma diferente.²⁹

Es mucho más complicado hacer generalizaciones sobre los procesos de expansión y actividad internacional de las empresas multinacionales de servicios, por lo que a diferencia de otras corporaciones, resultan fundamentales dos aspectos: las especificidades de la industria y las condiciones específicas del sector en su país de origen. Esto es importante en sectores como las telecomunicaciones que es considerado un sector estratégico para los Estados.

A este respecto, se han realizado diversos estudios sobre los cambios estructurales que se han venido suscitando en el sector telecomunicaciones desde hace treinta años tanto a nivel tecnológico como económico.

Estos estudios analizan distintos aspectos y problemáticas sobre el tema. Debido a las reformas de liberalización, muchos académicos y especialistas se han centrado en revisar los procesos de privatización y desregulación en el sector, de cómo la industria se transformó de estar dominada por monopolios en su mayoría estatales y nacionales a una

²⁸ Riku, Lanti, Fred MacDougall y Georges Baume. "How well do traditional theories explain the internationalisation of service MNEs from small and open economies?" en *Management International Review*, January 2009, http://findarticles.com/p/articles/mi_hb3265/is_1_49/ai_n31442100/

²⁹ *Ibidem*

industria con operadores privados y en mercados con competencia.³⁰

Otros especialistas han centrado su atención en aspectos tales como los efectos que esta nueva estructura de la industria tiene en la cobertura de servicios de comunicaciones en la sociedad, o en el problema de la brecha digital; algunos otros en los aspectos laborales, es decir, en la forma en como los trabajadores de la industria vieron transformadas sus condiciones laborales a raíz de la privatización de los operadores de telecomunicaciones.³¹

También se han realizado estudios sobre el papel de los operadores de telecomunicaciones como empresas internacionales e incluso globales, pero la mayor parte de los primeros estudios se enfocaron a los casos de las empresas provenientes de países desarrollados como Estados Unidos y Europa, que fueron los operadores que en principio contaron con los recursos financieros y capacidades tecnológicas para aprovechar los procesos de privatización y desregulación en otros países y extender así su presencia en los mercados internacionales.

En años recientes se han generado una serie de estudios que se enfocan a analizar y estudiar el caso de empresas de telecomunicaciones internacionales provenientes de países distintos a los tradicionales, como lo son operadores de países con economías pequeñas como lo hace el trabajo de Riku Lanti, Fred MacDougall y Georges Baume, antes citado.

³⁰ Uno de los primeros trabajos que se realizaron para estudiar estos procesos es el de Ana Luz Ruela(1996) *México y Estados Unidos en la revolución mundial de las telecomunicaciones*. Otros especialistas que han manejado aspectos de regulación y competencia en el sector a nivel nacional e internacional son Ernesto Piedras, Ricardo Ramírez H., tan sólo por mencionar algunos.

³¹ Entre estos autores se encuentra la Dra.Delia Covi Druetta (2004), que se ha enfocado a los distintos ámbitos que se ven afectados por el advenimiento de la llamada sociedad de la información.Delia Covi Druetta (Coord.) *La Sociedad de la Información y el conocimiento entre lo falaz y lo posible*, La Crujía Ediciones-UNAM, 2004, pp. 17-55

Por su parte, el investigador Raúl Ornelas³² se ha acercado al estudio de las empresas transnacionales de las telecomunicaciones desde una perspectiva que se aleja, aunque no por completo, de los estudios que se hacen comúnmente desde la perspectiva de la organización industrial, los negocios internacionales o la visión jurídica. Ornelas parte de la proposición de que la competencia en la industria de las telecomunicaciones se debe de analizar desde el ámbito del poder mediante los conceptos de hegemonía y liderazgo hegemónico. Señala que las propias características estratégicas del sector hacen que los operadores se encuentren estrechamente vinculados a sus Estados de origen (se puede decir que se acerca al enfoque estatocéntrico de las teorías de las empresas multinacionales) .

Lo anterior lo lleva a señalar que en este contexto resulta claro el por qué en esta industria la competencia entre empresas que provienen de los países más avanzados frente a otras empresas es asimétrica. Principalmente señala el liderazgo en esta industria de las empresas estadounidenses, y la búsqueda de la consolidación de estas empresas y de su Estado en sectores estratégicos de la actividad económica mundial.

En el caso de la región de América Latina es necesario resaltar los trabajos en conjunto y por separado de Judith Mariscal y Eugenio Rivera³³. Estos autores han arrojado luz sobre diversos aspectos de la expansión de los dos grandes operadores que están dominando en la región Telefónica y América Móvil/Telmex. Ellos se han concentrado en analizar la manera en como se dio el proceso de privatización en ambos países que favoreció el mantenimiento de grandes operadores, que posteriormente buscaron mantener su crecimiento a través de la expansión internacional, específicamente en la región de Latinoamérica.

³² Es investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, su trabajo al que se hace referencia aquí es Raúl Ornelas *“Las empresas transnacionales y las tecnologías de la información y la comunicación. La competencia en telecomunicaciones e Internet”* (Covi 2004 pp. 223-25)

³³ Ambos son investigadores de Centro de Investigación y Docencia Económicas CIDE, participan en el Programa de Investigación en Telecomunicaciones del CIDE, del que Judith Mariscal funge como directora.

La principal preocupación de Mariscal y Rivera tiene que ver con la competencia del mercado a nivel nacional y regional y sus efectos en otros ámbitos. Estos autores estudian como las políticas y regulaciones que se crearon posteriormente a la privatización han favorecido la gran concentración en la industria del país y como esto ha afectado el alcance de la cobertura de los servicios; así como las altas tarifas que afectan la competitividad de la economía en su conjunto. Señalan como estos problemas se complican cuando Telmex/América Móvil y, por su parte, Telefónica adquieren un carácter internacional.

Otro autor que ha estudiado el tema es Patricio Rozas Balbontín³⁴ el cual ha analizado de cerca la presencia y desempeño de Telefónica en América Latina, lo ha hecho desde una perspectiva de la organización industrial. Al igual que Mariscal y Rivera resalta como la forma en que se privatizó el operador español creó las condiciones que lo impulsó a internacionalizarse. Su principal preocupación se centra en como la expansión de Telefónica y su desempeño afecta las políticas y regulaciones en los distintos países en los que tiene presencia.

Los trabajos de los autores mencionados aportan elementos valiosos para el presente trabajo, el cual busca ampliar la comprensión del fenómeno de regionalización del mercado de las telecomunicaciones en el continente. Busca seguir la línea de investigación que dejan abierta Mariscal y Rivera pero, a diferencia del trabajo de estos autores y como se menciona en los objetivos, no sólo se realizará un estudio comparativo de ambas empresas, sino también se analizará la forma en como interactúan entre ellas e incluso con operadores de otros países, pasando así de la explicación de las causas de su internacionalización, a la explicación de la actividad de estas empresas con carácter multinacional y la forma en cómo se da la competencia entre estas, lo que permitirá identificar otro tipo de factores que están determinando su dominio y posible consolidación.

³⁴ Es investigador del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).

1.8. Marco Teórico: aplicación al caso de estudio

En la actual estructura de la industria de las telecomunicaciones predominan operadores que tienen un carácter internacional, son pocas las empresas que tienen presencia sólo nacional, y cuando las hay éstas tienen una participación de mercado bastante reducida o en su caso se refiere a operadores que aún se encuentran bajo control estatal.

Por lo anterior, en este capítulo se han estudiado aquellas propuestas teóricas que explican las causas y condiciones para que una empresa inicie su proceso de internacionalización, lo cual brinda los elementos necesarios para entender el momento en el que los operadores de telecomunicaciones dejaron de ser empresas nacionales para pasar a ser empresas transnacionales. Se ha puesto especial énfasis en las ventajas competitivas con las que cuentan las empresas, debido a que como en su momento se verá con nuestros casos de estudio, Telefónica de España y Telmex/América Móvil, cuentan con cierto tipo de ventajas que les permiten aprovechar las oportunidades de crecimiento a nivel regional.

Al respecto en este capítulo se argumenta que las ventajas de propiedad y de localización se complementan para potencializar la operación de las empresas en los distintos mercados en donde participan. En el caso de los operadores estudiados, veremos más adelante que si bien cuentan con una serie de activos tanto tangibles como intangibles (capacidad financiera, capital humano, conocimiento tecnológico, habilidades de gestión, entre otras), que los impulsaron a iniciar su proceso de expansión internacional; han sabido aprovechar también las ventajas que se ofrecen en otros países de la región latinoamericana, principalmente aquellas que tienen que ver con la disminución a las barreras de entrada y la flexibilización de las regulaciones y políticas de competencia que les han permitido expandir su mercado y consolidar su participación en ellos.

Para ambas empresas es especialmente importante tener una relación cercana con las autoridades encargadas de la toma de decisiones para mantener su posición en cada uno de los países en que operan, ya que gracias a ello participan en los concursos para obtener concesiones y por esta vía los recursos e infraestructura (espacio radioeléctrico, interconexión, construcción y ampliación de redes, etc) que les permiten seguir incursionando en nuevos segmentos del mercado. Así, veremos como estos vínculos entre empresa, autoridades y agencias públicas especializadas, se convierten en una ventaja fundamental para el adecuado desempeño de estas empresas, pero también contribuyen a consolidar y reforzar estructuras oligopólicas en la industria y, por supuesto, también favoritismo y corrupción.

Por lo anterior, las formulaciones teóricas discutidas sobre la competencia de tipo oligopólica, nos ayudarán a entender la forma en como ambas empresas interactúan en el mercado latinoamericano. A partir de las reformas de liberalización que se dieron en la década de los ochenta, los países emprendieron una serie de políticas y medidas regulatorias enfocadas ha fomentar la entrada de nuevos operadores, lo cual afectó la estructura de la industria a nivel nacional e internacional, promoviendo con ello nuevas condiciones de competencia. Si bien desde entonces se han producido diversas reestructuraciones en la industria, impulsadas no sólo por las nuevas regulaciones sino también por los avances tecnológicos, estos cambios han apuntado hacia una mayor concentración en el sector, que en buena medida, se debe a las propias características intrínsecas de la industria de las telecomunicaciones.

Como se mencionó antes, la industria de las telecomunicaciones es considerada dentro de las llamadas economías de red. Este tipo de industrias tienen ciertas características que, como hemos visto, las llevan a tener estructuras de tipo oligopólico e incluso monopólico.

Para algunos autores, las telecomunicaciones son por excelencia una economía de red. En este tipo de industrias existen fuertes barreras a la entrada. En el caso específico de este sector, una de las barreras principales tienen que ver con los altos costos de entrada al mercado, ya sea mediante la inversión de elevadas sumas para construir infraestructura y modernizar la existente o, en el caso de la telefonía móvil, el alto costo de las licencias para obtener espectro radioeléctrico a través del cual operar.

En este sector se generan también economías de escala, ya que si bien los costos de producción en un principio son elevados, estos con el tiempo aumentan poco, aun y cuando la producción se eleve. Lo cual conlleva a que sean pocas las empresas y, en algunos casos, sólo una, las que puedan brindar este tipo de servicios en el mercado.

En el sector telecomunicaciones, las propias regulaciones y políticas en materia de competencia, pueden favorecer el predominio de unos operadores sobre otros, como veremos a lo largo del trabajo, en algunos países los propios gobiernos han brindado periodos de exclusividad a sus operadores una vez que fueron privatizados retrasando con ello la entrada de nuevas firmas al mercado, o estableciendo regulaciones asimétricas, permitiendo la competencia en algunos sectores y limitándola en otros.

Además de las características mencionadas en la industria de las telecomunicaciones se dan las condiciones para que se genere competencia de tipo oligopólica; tan sólo la propia necesidad de mantener interconectadas las redes, llevan a los operadores a tener interacciones y negociaciones constantes, lo cual por un lado puede generar conflictos, debido a que, en un primer momento, el operador dominante se ve tentado a dificultar la entrada o participación de nuevas empresas, ya sea mediante tarifas altas de interconexión a su red o con obstáculos técnicos; por otro lado, sin embargo, pueden desarrollarse con el tiempo ciertos acuerdos, no necesariamente explícitos entre los operadores que han conseguido la mayor cuota de mercado, con el fin de afectar los precios, esto en detrimento de la competencia.

Asimismo, dentro de esta industria la necesidad de establecer estándares en materia tecnológica lleva a los operadores, a participar de manera conjunta en organizaciones y asociaciones para llegar a acuerdos de tipo tecnológico.

En la dinámica actual del sector en donde existe una mayor demanda por servicios integrados o convergentes, los operadores de telecomunicaciones también se ven en la necesidad de formar alianzas estratégicas para poder ampliar su oferta de servicios y los mercados en los que operan. Es así como se genera un mayor grado de concentración en la industria, llegando a desarrollar estructuras oligopólicas en muchos países y a nivel regional, como lo veremos en este trabajo para el caso de América Latina. Inclusive en algunos países se mantiene la estructura monopólica para la oferta de algunos de los principales servicios básicos de telecomunicaciones, bajo el argumento de que estos servicios sólo se pueden proveer de una manera más eficiente por un solo operador.

Es decir, la estructura del sector actualmente esta conformada por empresas que tienen distintas formas de control (pública o privada); si bien esto depende de la política de desarrollo en cada país, también esta determinada por el tipo de segmento de mercado en donde se desempeñan los operadores. En la telefonía móvil siempre han predominado las firmas privadas, que han aprovechado el gran dinamismo de este servicio y actualmente buscan mejorar sus capacidades para obtener los beneficios que ofrece la convergencia de servicios en este segmento. Es por ello que, en los últimos años la competencia más intensa se ha dado en este segmento del mercado. Lo que ha implicado que los operadores desplieguen todas sus ventajas y estrategias para competir en el mercado, incluyendo su capacidad de crear vínculos con las servidores públicos para mejorar sus oportunidades a fin de tener acceso a recursos y obtener un trato favorable en el aspecto regulatorio.

En el siguiente capítulo se verá la forma en que se han implementado una serie de reformas en el sector telecomunicaciones desde los años ochenta y que han influido en el acelerado crecimiento del sector en las últimas décadas, que se caracteriza actualmente por su gran dinámica dentro de la economía mundial y que a diferencia del pasado se encuentran dominando operadores de carácter regional en su mayoría y, en algunos casos, incluso son considerados empresas globales.

Capítulo 2.El sector telecomunicaciones desde una perspectiva internacional: 1980-2008

2.1. Introducción

En este capítulo se estudian los cambios que ha sufrido el sector telecomunicaciones tanto a nivel tecnológico como en cuanto a la forma en como se regula, lo cual ha transformado la manera en que se estructura la industria.

Entre los principales objetivos de este capítulo del trabajo se encuentran los siguientes: en primer lugar, identificar las principales tendencias en materia de políticas y regulación en los últimos años, tanto a nivel internacional como a nivel nacional. En segundo lugar, conocer la dinámica de la industria, a raíz de estas reformas, y como se están consolidando en el mercado los principales operadores, poniendo especial atención a lo que ha sucedido en el continente en los últimos años.

Lo anterior nos ayudará a contextualizar el entorno en el que se desempeñan los operadores objeto de estudio, especialmente a conocer los factores económicos y políticos que están conduciendo a la regionalización del mercado en el continente americano. Como vimos en el marco teórico, los teóricos institucionalistas consideran que las empresas multinacionales encuentran en su entorno las oportunidades y límites a su crecimiento, es por ello que en este capítulo se identifican las condiciones institucionales que les han permitido complementar sus capacidades en los últimos años, o mejor dicho los factores de expulsión y atracción de inversión de los países en los cuales tienen presencia.

Con base en los objetivos mencionados, este capítulo se divide en cinco apartados. El primero de ellos hace una breve reseña de las principales características del sector telecomunicaciones, antes de que se dieran las reformas de liberalización. En un segundo apartado se identifican las reformas de liberalización que se dieron a partir de la década de los ochenta, resaltando el caso de los países latinoamericanos. En el tercer punto, se

tratan los cambios que se dieron en el régimen internacional del sector y cómo este ha influido en el diseño de nuevas políticas y regulaciones a nivel nacional. En el cuarto punto, se describe de forma breve, la nueva organización de la industria a raíz de las reformas, para examinar en la quinta sección el fenómeno de reparto de mercados en el continente y analizar los reajustes que se han dado en el sector a nivel regional, los cuales incluyen la salida de operadores europeos y norteamericanos de Latinoamérica al tiempo que avanzan los operadores hispanos que actualmente dominan el sector, y que se estudiarán de forma más amplia en el siguiente capítulo.

2.2. Organización de la industria antes de 1980

En la década de los ochenta del siglo XX se suscitan una serie de cambios en la economía mundial, que llevan a la creación de regímenes internacionales, los cuales van a regular las nuevas prácticas y tendencias de la actividad productiva. La economía mundial se caracteriza desde entonces por la intensidad de los intercambios comerciales y financieros que generan una mayor interdependencia entre las economías de los diferentes países.

Esta nueva actividad económica es impulsada, en buena medida, por los cambios que se producen en el ámbito tecnológico de las comunicaciones y la informática, los cuales permiten a las empresas organizar de una mejor manera sus actividades productivas a nivel internacional.

Fue en el ámbito tecnológico y en el de la estructura de la industria en donde se dieron los principales cambios en el sector de las telecomunicaciones, que lo convierten en uno de los más dinámicos de la economía mundial.

Antes de dicha década existían distintas infraestructuras para los diversos servicios de telecomunicaciones, es decir, los servicios de telecomunicaciones solían brindarse de manera separada. En lo que a tecnología se refiere, existía un servicio público de líneas fijas de cobre con un sistema híbrido, es decir, análogo y digital. En ese entonces la

informática no había influido en estas redes como lo haría posteriormente, y las computadoras todavía eran un bien poco difundido, ya que aún no eran consideradas un equipo terminal de comunicación, y por ende el intercambio de la información era escaso.

En cuanto a comunicaciones inalámbricas se refiere, fue a finales de la década de los setenta y principios de los años ochenta cuando comienza lo que se conoce como telefonía móvil³⁵ de primera generación, con redes análogas que sólo transmiten voz.

Sin embargo, en esos momentos se estaba gestando un gran avance en lo que respecta a las tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Al desarrollarse nuevos materiales, como la fibra óptica y nuevos sistemas informáticos que llevarían a una gran transformación de las telecomunicaciones.

Estos avances consistieron en la llamada digitalización de las redes y en una convergencia del sector informático con las telecomunicaciones, los cuales permitieron construir redes totalmente digitales. Surgió lo que se conoce actualmente como la banda ancha de conmutación de paquetes, lo que significa que por una misma red se pueda transmitir voz, datos, imágenes y otros tipos de información, cuando antes se requerían diversas infraestructuras para transmitir los distintos tipos de señales; a este fenómeno se le llama convergencia tecnológica.

En telefonía móvil a finales de los años ochenta y entrando en la década de los noventa se comienza a difundir lo que se conoce como telefonía móvil de segunda generación con redes digitales de transmisión de voz y texto, aunque aún con baja velocidad de transmisión en comparación con las redes fijas de banda ancha (fibra óptica, DSL, TV por cable).

³⁵ Las principales características de la telefonía móvil, además de la movilidad y la localización son las siguientes: 1) Se encuentra basada en la utilización de un recurso limitado: el espectro radioeléctrico; 2) su evolución tecnológica es siempre de carácter rupturista; 3) está basada en la oferta de servicios y 4) presenta, en consecuencia, una estructura de costes y de ingresos totalmente diferenciada. Armando Plasencia Salgueiro y Vilma Vidal García, "La telefonía móvil y su impacto económico en la sociedad. Un enfoque desde la gestión de la información en las organizaciones", en Jesús Lechuga Montenegro (Coord.) *Tecnologías de la Información y la Nueva Economía*, UAM, México, 2007, pp. 202 y 203

A finales de la década de los noventa se comienza a desarrollar y difundir lo que se conoce como la tercera generación, la cual se caracteriza por redes digitales de transmisión de texto, voz, datos, multimedia, video, videoconferencia y televisión. Además de que se tienen grandes capacidades en velocidad y banda ancha.³⁶

En esta década las computadoras se convirtieron en un bien de consumo, por lo que la información se volvió un insumo fundamental de lo que se comenzó a denominar como la “nueva economía” o la economía de la información.

Junto con los cambios tecnológicos se produjo una transformación en la estructura de la industria. Antes de la reformas, el sector telecomunicaciones en los distintos países estaba conformado por monopolios, en su mayoría públicos, aunque también los había privados como en el caso de Estados Unidos.

Se consideraba que el sector telecomunicaciones era un área estratégica para los Estados, debido a su importancia en materia de seguridad nacional, pero sobre todo se señalaba que era responsabilidad del Estado proveer de comunicaciones a la población. Las grandes inversiones en infraestructura, y el número de usuarios que necesitaba para que se volviera rentable, hacían que se justificara la existencia de una estructura monopólica en el sector.

La convergencia tecnológica trajo consigo también una convergencia entre distintas industrias: la audiovisual, la telefonía y la informática³⁷, lo cual provocó que la estructura que hasta entonces predominaba en el sector se transformara. La razón de ser de los

³⁶ Se habla ya del advenimiento en los próximos años de la cuarta generación de la telefonía móvil, o la “ciudad móvil”, ya que un solo dispositivo servirá de PC, móvil, teléfono fijo, radio, televisión, agenda electrónica, cámara de fotos, video, etc., todos estos servicios con una capacidad y velocidad de transmisión mucho mayor *Ibid*, p. 213

³⁷ Wilma Arellano Toledo nos dice que “...debido al mencionado proceso de convergencia tecnológica, las telecomunicaciones se encuentran integradas con los medios audiovisuales e informáticos en múltiples servicios y dispositivos.” La autora se refiere a ellos como un solo sector, e incluso en algunos momentos lo llega a denominar un “megasector”. Wilma Arellano Toledo, *Política y Derecho de las Telecomunicaciones en Europa, Norteamérica y México*, Miguel Ángel Porrúa, México, 2009, p. 78

grandes monopolios públicos y privados dejó de tener sustento, debido a que se argumentó que las nuevas tecnologías daban mayor flexibilidad para la oferta de servicios.

Lo anterior fue acompañado por una tendencia hacia la liberalización económica a nivel mundial, que en el sector telecomunicaciones se dio, en una primera etapa, por medio de la privatización de los monopolios telefónicos públicos y, en algunos de los casos, con su fragmentación.

Además, a nivel internacional el régimen del sector pasó de dar prioridad a los asuntos técnicos, a través de acuerdos de interconexión y compatibilidad tecnológica, a impulsar negociaciones y acuerdos que comprometían a los países a reformar las regulaciones nacionales para permitir una mayor inversión extranjera y competencia en las telecomunicaciones.

Se crearon así a nivel internacional y nacional las condiciones políticas, jurídicas e institucionales que, en simbiosis con el cambio tecnológico, permitieron la operación de los ahora operadores privados, algunos de los cuales adquirieron un carácter internacional.

2.3. Reformas de liberalización del sector

Las ventajas de localización, como se señaló en un capítulo previo, son complementarias de las ventajas de propiedad; las políticas y regulaciones gubernamentales, son ventajas de localización para las empresas, ya que de ellas depende el grado de libertad que tienen las firmas para desempeñarse en diversos segmentos de mercado, para hacerse de recursos y continuar con su crecimiento³⁸. Para algunas industrias, como la de las telecomunicaciones estas condiciones son fundamentales.

Las reformas al sector que se suscitaron hace ya más de 20 años, no sólo cambiaron la estructura del sector, sino también las políticas y medidas de los gobiernos

³⁸ John Dunning, *Multinational enterprises and the Global Economy*, *op. cit.*, varias páginas.

en el sector que en algunos casos pasaron a convertirse en factores de atracción y expulsión de inversión por parte de los operadores.

La principal reforma que se emprendió en el sector telecomunicaciones y que contribuyó a transformar la estructura del sector fue el proceso de privatización en distintos países de los operadores públicos y, en el caso de los países en donde existían monopolios privados, su desmembramiento promoviendo una mayor competencia.

Los primeros países en los que se iniciaron reformas al sector telecomunicaciones fueron los países industrializados, específicamente en Estados Unidos y en Gran Bretaña, que posteriormente se promoverían a nivel internacional.

En Estados Unidos, la empresa AT&T, que detentaba el monopolio privado de telefonía de aquel país, fue fragmentada en distintas empresas que operarían en diferentes regiones geográficas, para que ofrecieran los servicios locales de telecomunicaciones, mientras que la empresa AT&T se le permitió ofrecer los servicios de larga distancia, junto con otros competidores.

Cuadro 3. Empresas que surgieron de la división del Sistema Bell

Operador	Región en la que opera
Nynex	Maine, New Hampshire, Massachusetts, Rhode Island, Vermont y New York
Bell Atlantic	Distrito de Columbia, Maryland, Virginia, Pennsylvania, New Jersey y Delaware
Bell South	Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Florida, Kentucky, Tennessee, Alabama, Mississippi y Louisiana
Ameritech	Illinois, Indiana, Michigan, Ohio y Wisconsin
Southwestern Bell	Kansas, Missouri, Arkansas, Oklahoma y Texas
US West	Washington, Oregon, Idaho, Montana, Wyoming, Utah, Colorado, Arizona, New Mexico, North Dakota, South Dakota, Minnesota, Iowa y Nebraska
Pacific Telesis	California y Nevada

Elaboración propia con datos de Ana Luz Ruelas. Capítulo 5. Estados Unidos. La restructuración. *México y Estados Unidos en la Revolución mundial de las telecomunicaciones*, Universidad Autónoma de Sinaloa, CISAN-UNAM, Universidad de Austin Texas, México, 1996, diversas páginas

De esta manera se propició la competencia en el mercado norteamericano. En larga

distancia disminuyó la concentración y los precios bajaron, aunque en telefonía fija fue difícil en los primeros años introducir este régimen de competencia, ya que cada empresa regional o *Baby Bells*, como se les conoció, detentaban el monopolio en cada una de las zonas en donde operaban.

Tuvieron que darse varias resoluciones frente a los tribunales, y posteriormente una reforma a la Ley de Comunicaciones en 1996 (*Communications Act*), para que se introdujera un régimen de competencia pleno en aquel país, lo que, como veremos adelante, provocó una reestructuración de la industria, al desatarse una ola de adquisiciones y fusiones que se han extendido durante los últimos 15 años.³⁹

En otros países, como los del continente europeo, el proceso de reforma del sector, estuvo estrechamente relacionado con el proceso de integración del continente, en donde se buscaba crear un mercado regional unificado de servicios que incluía a las telecomunicaciones. La principal prioridad para los países europeos fue modernizar sus sectores y crear empresas fuertes que pudieran competir en este mercado regional.

Es así como en muchos de los países de Europa, el proceso de reforma del sector se llevó a cabo de manera gradual, donde el Estado jugó un papel determinante como dirigente del proceso, así como de las nuevas estrategias de sus operadores.

Cuadro 4. Privatización de operadores en Europa

País	Año de Privatización	Operador
Gran Bretaña	1984	British Telecom
Francia	1990	France Telecom
Italia	1994	Telecom Italia
Alemania	1996	Deutsche Telecom (antes Deutsche Bundespost)

Elaboración propia, con datos de Wilma Arellano y Ana Luz Ruelas.

Gran Bretaña fue el primer país europeo que inició reformas en su sector. En el año

³⁹ Wilma Arellano T. *op. cit.*, p.342

de 1982 el gobierno permitió la entrada de un operador privado llamado Mercury, el cual podría brindar cualquier servicio de telecomunicación. Posteriormente, en 1984, British Telecom, que era el operador telefónico estatal fue privatizado.

En otros países de Europa si bien se iniciaron procesos de privatización, estos se dieron de manera gradual. En Francia, la privatización de France Telecom se dio en 1990; no obstante, el Estado retuvo una participación dentro de la empresa, además que se mantuvo su status como empresa estatal hasta 1998 y hasta la fecha la competencia no ha entrado de manera plena al mercado francés.

Por su parte, en Alemania el Estado mantiene una participación en Deutsche Telekom, aunque sin influir en su gestión, sino más bien para mantener cierto control sobre los operadores de telecomunicaciones con el fin de que se adapten a las políticas que el gobierno lleva a cabo. Sin embargo, a diferencia de Francia, se crearon una serie de regulaciones y demás reformas institucionales que vigilarían la competencia en ese mercado.

Estos países lograron, en muchos ámbitos, reducir la concentración en el mercado y por ende las tarifas disminuyeron. No obstante, en Europa, en el ámbito de la telefonía móvil, los altos costos de las licencias para brindar servicios de tercera generación se transformaron en barreras a la entrada para nuevos operadores.

Las empresas estadounidenses y europeas del sector, contaban con las capacidades tecnológicas y financieras suficientes para competir a nivel internacional. Muchas de ellas, buscaron aprovechar estas ventajas de propiedad para ampliar sus mercados; sin embargo, es indudable que las políticas de los gobiernos de estos países tuvieron una gran influencia en la expansión de estos operadores a nivel internacional.

Por lo tanto, al mismo tiempo que, en la industria de las telecomunicaciones de

estos países se generaban una serie de reformas y transformaciones, sus gobiernos y empresas realizaban diversas negociaciones en foros y organismos internacionales para promover la apertura y liberalización en otros países, especialmente los países en desarrollo, con el fin de ampliar los mercados de sus operadores de telecomunicaciones y aprovechando las ventajas competitivas con las que contaban, especialmente activos tangibles como la tecnología y activos intangibles como las nuevas prácticas de negocio.

Se puede decir que, en los primeros años de reformas en el sector, los países desarrollados como Estados Unidos y países europeos, crearon factores de expulsión de inversión extranjera (*push factors*) hacia otros países. Por un lado, al ser los países en donde se dio origen a las nuevas tecnologías, hacía que muchas de sus empresas buscaran mantener el control de éstas y demás conocimientos, así como los beneficios que éstos generaran. Por otro lado, los gobiernos de esas naciones fueron activos en la promoción de la inversión externa de sus operadores, no sólo mediante la promoción de políticas de apertura en otras regiones, sino que al mantener participación accionaria dentro de sus operadores, algunos también influyeron en las estrategias de expansión de sus operadores.

Por su parte, en otras regiones y países, principalmente en aquellos considerados como economías en desarrollo y emergentes, se crearon una serie de condiciones (*pull factors*) que los llevaron a convertirse en receptores de inversión externa en el sector telecomunicaciones.

El propio contexto económico y social que atravesaban estos países facilitó la recepción de las nuevas políticas que promovían países como Estados Unidos en materia de telecomunicaciones.

Es así como por el lado de los países en desarrollo la privatización de sus operadores fue impulsada no sólo por la modernización de su sector telecomunicaciones, sino también porque estaban atravesando por una dura crisis económica producto de un

cambio en sus modelos de desarrollo, debido a lo cual tenían la necesidad de atraer inversión extranjera directa, que les permitiera reactivar su actividad productiva.

También buscaban que mediante la entrada de inversión se restableciera el acceso de estas economías a los mercados financieros, principalmente aquellas que se vieron envueltas en una dura crisis de deuda externa como Argentina y México, ya que una vez que sus operadores de telecomunicaciones recibieron inversión extranjera tuvieron la oportunidad de cotizar en las bolsas de valores de otros países, abriendo camino a otras grandes empresas de esos países a los mercados financieros.⁴⁰

Otro objetivo que se perseguía era aumentar la cobertura y la calidad de los servicios, ya que los nuevos operadores introducirían mejoras tecnológicas y mayor calidad en la oferta de servicios. Por lo anterior, también se buscó promover la competencia.

Se pueden identificar en los países de la región de América Latina dos fases en el proceso de liberalización del sector telecomunicaciones. En la primera se da el proceso de privatización de los operadores telefónicos y en la segunda los procesos de apertura a la entrada de nuevos participantes en el sector, es decir, la promoción de la competencia.

Como puede verse en el Cuadro 5, en América Latina, Chile fue el primer país en introducir reformas en el sector telecomunicaciones; en 1982 inició el proceso de privatización y apertura a la competencia, no obstante, se mantuvo durante mucho tiempo una gran concentración en el mercado. Chile fue el único país latinoamericano que comenzó una reforma temprana del sector telecomunicaciones, ya que los demás países de la región la iniciaron a partir de los años noventa.

⁴⁰ CEPAL. *Informe de Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2000*, Naciones Unidas, Santiago de Chile, pp.202-208

Cuadro 5. Procesos de privatización de operadores de telecomunicaciones y apertura de mercados en América Latina

País	Año	Tipo de reforma	Empresa Adquiriente/origen	Operador Adquirido
Chile	1986-1992	Privatización	Empresarios nacionales y posteriormente Telefónica de España	ENTEL
Argentina	1990	Privatización	Telefónica de España Telecom Italia/France Telecom	ENTEL: Se divide en dos el Operador (Telecom Argentina y Telefónica de Argentina)
	1997	Apertura a la competencia		
México	1989-1990	Privatización	Grupo Carso (México), SBC Communications (EE.UU.) y France Telecom (Francia)	Teléfonos de México
	1997	Apertura a la competencia		
Venezuela	1991	Privatización	Consortio VenWorld (GTE), AT&T, Telefónica y Electricidad de Caracas y CIMA	CANTV
	2000	Apertura a la competencia		
	2007	Nacionalización		
Perú	1994	Privatización	Telefónica de España	ENTEL Perú (privatización parcial)
	1999	Apertura a la competencia		
Cuba	1994	Alianza estratégica y Modernización	Telecom Italia	ETECSA
Bolivia	1995	Privatización	Telecom Italia	Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Bolivia (ENTEL)
	2008	Nacionalización		
Guatemala	1998	Privatización	Teléfonos de México	TELGUA
El Salvador	1998	Privatización	France Telecom	Compañía de Telecomunicaciones de El Salvador (CTE S.A. de C.V.)
Panamá	1997	Privatización parcial	Cable & Wireless Plc (Gran Bretaña)	INTEL S.A.
Brasil	1998-1999	Privatización	Telefónica de España, Telecom Italia, Portugal Telecom, América Telecom (Holding México, EE.UU., Canadá)	Telebrás (dividido en varias empresas y por regiones)
Nicaragua	2001	Privatización	América Móvil	
Honduras	--		Empresa Pública	Empresa Hondureña de Telecomunicaciones (Hondutel)
Belice	2002	Apertura a la competencia	Empresa Pública	Belize Telemedia Ltd.
	2009	Nacionalización de operador		
Colombia	2006	Privatización	Telefónica de España	Colombia Telecom
Costa Rica	2008	Apertura a la competencia en Internet y servicios móviles	Empresa Pública	Instituto Costarricense de Electricidad (ICE)
		No privatización		
Uruguay	--		Empresa Pública	ANTEL S.A./Ancel
Paraguay	--		Empresa Pública	COPACO S.A. (antes ANTELCO)

Elaboración propia con datos de las empresas, sitios de los reguladores y autores como Jorge Walter y Cecilia Senén González (compiladores) La privatización de las Telecomunicaciones en América Latina. Empresas y sindicatos ante los desafíos de la reestructuración, Ed. Universitaria de Buenos Aires, 1998, así como informes de la CEPAL.

La forma en como se dio el proceso de liberalización del sector a nivel regional, es muy heterogénea, tal y como podemos observar en el Cuadro 5. Cada país planificó de distintas maneras la apertura y modernización de las telecomunicaciones. Sin embargo, se pueden identificar grupos de países en los que las reformas guardan cierta similitud.

Una característica general que se identifica es el hecho de que la mayor parte de los países trasladaron la propiedad de sus operadores a inversionistas extranjeros, en un primer momento eran inversionistas de origen europeo y norteamericano, y posteriormente a inversionistas provenientes de países de la región y algunos europeos. Sólo hay dos excepciones, uno de ellos fue Chile, cuya empresa quedó primero en manos de inversionistas nacionales, pero años después cedieron el control a la empresa Telefónica de España.

La otra excepción la constituye México, en donde si bien el operador mexicano pasó a manos de un consorcio de empresas en donde participaban dos grandes firmas extranjeras, la mayor parte de las acciones de control se quedaron en manos de Grupo Carso, de origen mexicano; esta estructura de propiedad se planeó bajo la lógica de crear un campeón nacional en el sector, pero en este caso se profundizaría más adelante.

Otra característica general que se identifica, es que la mayor parte de los países decidió mantener integrados a sus operadores al momento de privatizarlos, sólo dos países decidieron dividirlo en diversas empresas. Entre ambos países, Argentina y Brasil, incluso existen diferencias en la forma en que fragmentaron a sus operadores. En el caso de Argentina, el operador ENTEL fue dividido en dos empresas, una que operaría en la región sur y la otra que daría servicio en la región Norte. La zona sur fue adjudicada a Telefónica de España, mientras que la zona norte fue adjudicada a la alianza entre France Telecom e Italia Telecom (en ese entonces STET de Italia).

En el caso de Brasil, el operador fue dividido en diversas empresas que brindarían

servicios en distintos segmentos de mercado, y en diferentes zonas geográficas, a fin de alentar un régimen de competencia. Si bien, fueron diversas empresas tanto brasileñas como extranjeras, las que se adjudicaron el control de los negocios de telecomunicaciones en ese país, las principales firmas ganadoras; es decir, aquellos que se quedaron con los segmentos y zonas geográficas más atractivas fueron Telefónica de España en alianza con Portugal Telecom, Telecom Italia y América Móvil, en alianza con SBC de Estados Unidos y Bell Canada.

Otra tendencia que se observa, pero que sólo la podemos ver en un grupo de países, es la existencia de periodos de exclusividad después de la privatización de los operadores. En especial, los países que se vieron severamente afectados por la crisis de la deuda externa y que, en la primera parte de la década de los noventa, buscaron atraer inversión extranjera para reactivar sus economías, llevaron a cabo una serie de políticas que brindaban ciertas ventajas a los inversores para hacer atractivas sus economías. En el caso de México, el periodo de exclusividad estuvo más bien dirigido a proteger y fortalecer la posición del operador mexicano frente a la competencia de firmas extranjeras.

En los países en donde se dio la apertura de manera conjunta con la privatización de los operadores, los niveles de concentración tendieron a mantenerse, debido a las propias ventajas con las que contaban los operadores como son los derechos sobre las redes nacionales y cobertura a lo largo del territorio, así como la posibilidad de brindar distintos tipos de servicios. Este es el caso de la mayoría de los países centroamericanos como Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua.

Sin embargo, la reforma al sector telecomunicaciones, no implicó en todos los países la privatización de sus operadores, ya que algunos optaron mantenerlos como empresas públicas. Tal fue el caso de Paraguay, Uruguay, Costa Rica y Cuba.

En los casos de Paraguay y Uruguay si bien han existido intentos por parte de ciertos grupos políticos y económicos por privatizar a los operadores, ha habido también otras fuerzas políticas de corte nacionalista, como los sindicatos de las propias empresas y partidos de izquierda, que han logrado el apoyo de la población para evitar que estas empresas sean controladas por el sector privado, y sobre todo por extranjeros. En Uruguay por ejemplo, en el año de 1992 se celebró un plebiscito en el que se consultaba la posibilidad de la privatización de ANTEL, en el que la población votó en contra de esta propuesta.⁴¹

Sin embargo, esto no significa que no haya habido cambios en los sectores de telecomunicaciones de estos países, ya que los operadores estatales se vieron sometidos a un proceso de modernización tecnológica de sus redes, así como la forma de organización y gestión de las empresas, las cuales han dividido su mercado en regiones geográficas en donde cada unidad tiene la suficiente autonomía para atender a la población de esas zonas. Otra práctica a la que han recurrido es la subcontratación de ciertas empresas del sector para brindar los servicios periféricos. Además de que en algunos segmentos de mercado como la telefonía móvil han admitido la entrada de otros competidores.

Por su parte, en Costa Rica, aunque también se han presentado propuestas de privatización, se ha mantenido a la empresa pública de telecomunicaciones, fue sólo a raíz de la negociación de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, cuando surgieron las presiones para la liberalización del sector en ese país. Fue así como en el 2008 con la publicación de la nueva Ley General de Telecomunicaciones se anunció la apertura del mercado a la competencia, decretando el fin del monopolio en el sector, más no la privatización del operador estatal.

⁴¹ Monique María de Wolf. "La Administración Nacional de Telecomunicaciones de Uruguay. Fracaso de una privatización y éxito de una empresa estatal". Jorge Walter y Cecilia Senén González. *La privatización de las telecomunicaciones en América Latina. Empresas y sindicatos ante los desafíos de la reestructuración*, Universitaria de Buenos Aires, Argentina, 1998, p. 243

El caso de Cuba, se explica por el régimen político de inclinación socialista que gobierna ese país desde mediados de siglo XX, y que da preferencia a la iniciativa pública sobre la privada. Un paso importante que dio este país en la modernización de su sector fue la alianza estratégica que concretó con Telecom Italia para la modernización de ETECSA, el operador estatal.

En los últimos años ante el arribo de gobiernos de izquierda en algunos países de la región latinoamericana, se han dado procesos de renacionalización de operadores de telecomunicaciones, como sucedió con CANTV de Venezuela en 2007, bajo el gobierno de Hugo Chávez, y en Bolivia con el gobierno de Evo Morales. En estos casos, los gobiernos han alegado la importancia estratégica de las empresas para la economía y la soberanía de los países, así como la falta de resultados positivos por parte del sector privado para contribuir al desarrollo del sector.

Existen también ciertos casos muy particulares y que no obedecen a ninguna de las tendencias antes mencionadas como es Panamá y Belice. En el caso del operador panameño, éste cuenta con inversión tanto pública como privada y ambas partes comparten la gestión de la empresa, y a pesar del dominio que tiene esta empresa semipública en su mercado, existen ciertos segmentos abiertos a la competencia como la telefonía móvil. Por otra parte, Belice, es un caso peculiar, ya que su operador tradicionalmente fue controlado por la iniciativa privada, y las principales reformas que se habían hecho en el año 2002 estaban enfocadas a la entrada de la competencia; sin embargo, recientemente ha nacionalizado al operador.

Por lo tanto, en América Latina se dio una flexibilización de las políticas y regulaciones con el fin de crear condiciones de mercado atractivas y favorables a la inversión extranjera, esto se refleja no sólo en la apertura del sector al sector privado, sino a los periodos de exclusividad que muchos gobiernos de la región otorgaron a los nuevos participantes y que matuvo el dominio y la concentración en el mercado. Aunque como lo

señalan Hood y Peter (Ver Capítulo 1), esto sucedió en diversos sectores a raíz del desarrollo del modelo liberal, en industrias como las telecomunicaciones, el cambio en las condiciones institucionales fue particularmente sensible para el desarrollo del sector y de las economías en su conjunto.⁴²

De este modo, podemos observar que a nivel regional las reformas de liberalización al sector telecomunicaciones han estado delineadas por la forma en que los Estados, y específicamente los gobiernos en turno han diseñado las políticas de desarrollo de los países. Autores como Maria Conceição da Costa señala que son tres los principales factores que definen el tipo de reformas al sector telecomunicaciones de los países: la naturaleza del modelo de desarrollo; el poder de negociación de los actores políticos y económicos involucrados en el sector, y por lo tanto la naturaleza de la concertación política a la que lleguen estos actores.⁴³

La forma en como se combinan y manifiestan estos factores cambian de región a región, así como podemos ver amplias diferencias entre países de una misma región. Aunque a nivel mundial surgió una ola liberalizadora, la manera en como los países europeos se insertaron en la nueva dinámica tecnológica y reguladora del sector fue distinta a la que vivieron países menos desarrollados, como los latinoamericanos.

Aunque los países europeos se encontraban inmersos en un proceso de integración económica regional, estos no se vieron en la necesidad de abrir de manera abrupta su sector a la competencia o de ver en la privatización la única vía de modernizar a la empresa estatal. Por el contrario, dentro del propio acuerdo de integración se negoció que este proceso de reformas se daría de manera gradual, lo que dio pauta a muchos países para diseñar políticas industriales que fomentaran el desarrollo de operadores de telecomunicaciones competitivos, lo suficientemente preparados para enfrentar la eventual

⁴² Neil Hood y Ewen Peters, *op. cit.*, p.81

⁴³ María Conceição da Costa. "Cambios institucionales y privatización en la década de los '90: una comparación entre Europa y América Latina en el sector telecomunicaciones" *Ibid*, p. 303

competencia regional.

Si a lo anterior le sumamos, como menciona Tavares que en países como Alemania o Francia, los actores involucrados se encontraban comprometidos con el desarrollo del sector, ayudó a que se diseñaran políticas sectoriales adecuadas a la situación del país, enfocadas a hacer competitivas a sus empresas y en general de su industria.

Por su parte, la deteriorada situación económica en la que se encontraba muchos países de América Latina, los hizo vulnerables ante presiones externas, para que llevaran a cabo políticas de liberalización apresuradas, que atendían a la solución de problemas inmediatos y con efectos a corto plazo, pero que dejaban a un lado la planificación del desarrollo del sector a largo plazo; es decir, no se diseñaron políticas industriales y cuando se dieron sólo favorecieron a ciertos intereses.

Como hemos señalado, en los países en donde existieron mayores contrapesos en el interior, fueron los que lograron diseñar modelos un tanto diferentes a los que demandaban algunas fuerzas de tendencia más neoliberal. Estos son los casos de México, Brasil y aquellos que mantuvieron la rectoría del Estado en el sector. No obstante, lo anterior no significa que sean los más exitosos en cuanto al desarrollo del sector, sino que favorecieron más a ciertos sectores económicos y políticos, a costa del beneficio del grueso de la sociedad, esto es especialmente relevante en el caso de México.

De la forma en que los países llevaron a cabo sus procesos de reforma del sector telecomunicaciones, ha dependido la clase de operadores que dominan el mercado, lo que ha sido determinante en la estructuración de la industria a nivel mundial y regional.

2.4. Nuevos acuerdos internacionales

Las nuevas condiciones de competencia fueron impulsadas en buena medida por las nuevas políticas y regulaciones que los países crearon y llevaron a cabo, lo que contribuyó también para generar nuevos regímenes internacionales.

Anteriormente se mencionó que los principales promotores de la liberalización de las telecomunicaciones fueron los países industrializados; las negociaciones para promover nuevas políticas se dieron en los foros tradicionales como la Unión Internacional de Telecomunicaciones, así como en nuevos espacios en donde el sector no figuraba dentro de negociaciones como el GATT, actualmente Organización Mundial de Comercio. Así se volvió parte de los acuerdos comerciales y otros bloques regionales.

El nuevo régimen internacional del sector telecomunicaciones, emana de todos aquellos acuerdos y prácticas que en la materia realizan los Estados, empresas y demás organismos para regular y controlar la actividad en el sector, y poder resolver conflictos. Como se puede ver en el Cuadro 6, en la regulación de esta actividad intervienen organismos internacionales y regionales, que pueden o no ser especializados.

Existen tres grandes organismos internacionales que emiten acuerdos y lineamientos en materia de telecomunicaciones, uno de ellos es especializado y dos no lo son.

Cuadro 6. Organismos e Instituciones internacionales y regionales de telecomunicaciones

Organismo e Instituciones	Fecha de Creación	Carácter	Nivel de Especialización	Ámbito Geográfico	Funciones	Acuerdos e Instituciones
Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)	1865 y 1947 se integra a la ONU	Público	Especializada (E)	Mundial	-Foro de negociación -Estandarización de tecnologías e interconexión de redes -Cobertura de servicios de telecomunicaciones.	
Organización Mundial de Comercio (OMC)	1995	Público	No Especializada (N/E)	Mundial	- Apertura de mercados y reglas de competencia - Promoción de Inversión extranjera	GATS- Cuarto Protocolo
Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE)		Público	N/E	Internacional	-Recomendaciones de políticas de telecomunicaciones -Evaluación del desarrollo del sector en países miembros	-Diversos Documentos -Publicación bienal del Outlook Communications
Unión Europea	1987-2010	Público	N/E	Regional	-Regular apertura de mercados: competencia e inversión. -Estandarización y cobertura de servicios	-Libro Verde sobre el mercado común de servicios y equipos de telecomunicaciones (1987) -Informe Bangemann (1992) -Libro Verde sobre Infraestructuras de telecomunicación y redes de televisión por cable (1994-1995) -Directiva de la liberalización de las telecomunicaciones (1996) -Planes <i>e-Europe</i> (2002 y 2005), <i>Programas i2010</i>
Trata de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	1994	Público	N/E	Regional	-Garantizar competencia en el mercado e interconexión de las redes para la provisión de servicios	Capítulo 13
Mercosur	1991	Público	N/E	Regional	-Garantizar competencia en el mercado e interconexión de las redes para la provisión de servicios	
Comisión Interamericana de Telecomunicaciones CITEL	1963	Público	E	Regional	-Estandarización y cobertura de servicios -Definir políticas regionales en el sector	
Caribbean Telecommunications Union (CTU) Surge del CARICOM	1989	Publico	E	Regional	-Crear políticas comunes de telecomunicaciones entre los miembros -Corregir problemas de incompatibilidad de frecuencias y redes -Asesorar a los miembros en materia de asuntos de soberanía frente a otros organismos	

Asia-Pacific Telecommunity (APT)	1979	Público	E	Regional	-Estandarización -Cooperación en programas de innovación -Cobertura de servicios -Coordinar políticas y regulaciones
African Telecommunications Union	1977	Público	E	Regional	-Desarrollo de infraestructura -Estandarización -Definir posiciones comunes frente a otros organismos
European Conference of Postal and Telecommunications Administrations (CEPT)	1959	Público	E	Regional	-Foro de discusión en material de regulación y soberanía relacionados con las telecomunicaciones y los servicios postales -Facilitar la cooperación entre reguladores -Delinear posiciones comunes frente a otros organismos internacionales -asistencia a los miembros en asuntos relacionados con la regulación
European Telecommunications Standards Institute (ETSI). Se desprende de la CEPT	1988	Público	E	Regional	-Estandarización en materia de tecnologías de la información y comunicación, interconexión de redes.

Elaboración propia con datos de los organismos nacionales e internacionales y autores como Wilma Arellano Toledo. Política y Derecho de las telecomunicaciones en Europa, Norteamérica y México, Ed. Porrúa / Cámara de Diputados, México, 2009. Ricardo Ramírez Hernández "Marco internacional de Derecho de las Telecomunicaciones" en Federico González Luna *et. al* (compiladores) La regulación de las Telecomunicaciones, Ed. Porrúa, México, 2007.

El organismo especializado más importante a nivel internacional es la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), el cual forma parte del sistema de la Naciones Unidas desde 1947, pero desde el siglo XIX ha sido el que ha regulado el sector a nivel internacional.

Las principales funciones que realiza a través de sus distintas unidades tienen que ver con la estandarización de tecnologías e interconexión de las redes, así como la gestión del espectro radioeléctrico y de las órbitas satelitales.⁴⁴ Además de ser un foro de negociación para la suscripción de acuerdos que tengan que ver con la cooperación política, económica y regulatoria en materia de telecomunicaciones.

A partir de la década de los ochenta la UIT comenzó a promover de manera activa la liberalización del sector. Según Susan Strange, si bien la UIT siempre ha tenido participación de intereses económicos privados que impulsan cierto tipo de acuerdos, la tendencia se profundizó más a partir de estos años, desplazando la importancia del carácter público de este sector, hacia el ámbito del mercado.⁴⁵

Después de dos décadas de la difusión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y en una dinámica de la industria funcionando con base en la economía mercado, la UIT busca soluciones a la brecha digital que se ha producido entre las sociedades de los diversos países.

⁴⁴ La Unión Internacional de Telecomunicaciones divide sus actividades en tres grandes sectores: Radiocomunicaciones (UIT-R) que gestiona los recursos internacionales del espectro de radiofrecuencias y órbitas satelitales; Normalización (UIT-T) que elaboran normas en materia de tecnología, que son la base de las redes modernas de información y comunicación, se reconoce como la actividad más antigua de la Unión, y Desarrollo (UIT-D) se encarga de difundir el acceso equitativo, sostenible y a un costo razonable a las tecnologías de la información y comunicación. Además, cuenta con el llamado ITU Telecom que es un foro en el que se reúnen los principales actores del sector, como las agencias reguladoras, sector privado e instituciones de investigación y desarrollo, entre otros especialistas, con el objetivo de establecer vínculos entre ellos y exponer las últimas tendencias en materia de tecnología. En <http://www.itu.int/net/about/index-es.aspx>

⁴⁵ Susan Strange. "Las telecomunicaciones: el control de la comunicación". *La retirada del Estado. La difusión del poder en la economía mundial*, Icaria Editorial, España, 2003, p. 157

Fue así como en el año 2003 se celebró la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, de donde surgieron importantes acuerdos y objetivos en los que los países miembros de la UIT se comprometían a cumplir ciertas metas de cobertura de servicios entre sus poblaciones y, sobre todo, disminuir la brecha digital, es decir, la desigualdad en materia de acceso que existe entre distintos grupos de la población⁴⁶. Entendiendo por acceso no sólo la disponibilidad de los servicios de comunicación, sino también el conocimiento necesario para que las personas puedan hacer uso de ellos y aprovechar sus potencialidades.

Aunque la UIT sigue desempeñando un papel fundamental dentro del régimen del sector telecomunicaciones, es a partir de la década de los ochenta cuando otros agentes o instituciones que anteriormente no afectaban este ámbito, como el GATT, actualmente Organización Mundial de Comercio, tomaron relevancia como reguladores del sector a nivel internacional. Además, las telecomunicaciones se convirtieron en objeto de negociación de los tratados comerciales.

En el marco de la Ronda Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que duró de 1986 a 1994, surgió un acuerdo en materia de comercio de servicios (GATS), el cual incluía un documento específico para la liberalización del sector de las telecomunicaciones de los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

⁴⁶ Los principales acuerdos que surgieron de esta Cumbre fueron la Declaración de principios y un Plan de Acción. En 2005 hubo otra reunión, que se conoció como la segunda fase de la Cumbre, en la cual se buscó coordinar y comprometer a los diversos miembros para que lleven a cabo políticas concretas para poner en práctica el Plan de Acción. Además de llegar a acuerdos en temas delicados como la gobernanza en Internet, y mecanismos de financiamiento para aumentar la cobertura en países con poblaciones con poco acceso.

Este documento fue denominado el Cuarto Protocolo⁴⁷, y contiene los compromisos que hicieron los países en materia de apertura de las telecomunicaciones. Los servicios que comprende y en los que se llegó a un acuerdo en las negociaciones son principalmente servicios básicos de telecomunicaciones como la telefonía local e internacional, y algunos servicios de valor agregado como la transmisión de datos, arrendamiento de líneas, telefonía móvil y otros servicios móviles, capacidad de transporte y servicios satelitales.

El Cuarto Protocolo buscó que las legislaciones nacionales de los países miembros garantizaran el acceso al mercado y la entrada de inversión extranjera, por lo que entre los principales asuntos que se trataron se encontraba el de la competencia.

Con respecto a este punto señala la necesidad de regular de una manera adecuada al operador dominante del mercado, establece que se deben adoptar medidas antimonopólicas, principalmente para evitar prácticas no competitivas como puede ser el mal uso de información técnica y comercial para afectar a otras empresas; el documento es claro al establecer que los operadores que cuenten con redes deben de establecer las condiciones no sólo tecnológicas, sino también en materia de tarifas para que la interconexión con otras redes sea posible. Otra práctica que se busca controlar es la financiación con base en tarifas diferenciadas en distintos segmentos del mercado, entre otras.⁴⁸

⁴⁷ Las negociaciones en materia de telecomunicaciones no fueron fáciles, era un sector delicado para la mayoría de los países. En 1994 cuando concluyó la Ronda de Uruguay aunque existían ciertos compromisos, no eran los que se esperaban, por lo que en 1994 se iniciaron negociaciones ampliadas, mediante las que se adquirieron otros compromisos. En este acuerdo participaron todos los países industrializados y 40 países pequeños y en desarrollo, además de economías de naciones de la ex Unión Soviética que en ese entonces se encontraban en proceso de transición. En conjunto, representaban en aquellos años el 91% de los ingresos mundiales de telecomunicaciones. En febrero de 1997 se logró un acuerdo y los nuevos compromisos se anexaron al denominado Cuarto Protocolo, el cual entró en vigor para la mayor parte de los países en 1998.

⁴⁸ Se buscaba principalmente limitar el poder de mercado con el que contaban las empresas que anteriormente habían sido operadores públicos, ya que pasaron a controlar las redes de telecomunicaciones por lo que contaban con este tipo de información técnica, además del conocimiento del mercado.

El Cuarto Protocolo se refiere a la transparencia que debe de existir en el proceso de otorgamiento de licencias para que una empresa pueda brindar servicios de telecomunicaciones, especialmente se señala que tienen que estar disponibles a todos los interesados los criterios bajo los cuales serán otorgadas y que no deben de convertirse en una barrera de entrada al mercado.⁴⁹

En cuanto a la autoridad reguladora menciona que ésta debe de tener un carácter independiente; es decir, debe de estar separada del operador dominante, así como también debe de tener autonomía con respecto a otros organismos gubernamentales para que pueda desempeñar de forma adecuada sus funciones.⁵⁰

Es importante señalar que los acuerdos que firman los Estados en el marco de la UIT y la OMC son de carácter vinculante, ya que en ellos los países se comprometen a cumplir con los lineamientos y objetivos de los tratados, a través de políticas o adecuaciones a la legislación nacional.

El otro organismo internacional importante, es la Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo (OCDE), la cual a través de sus estudios sobre el sector telecomunicaciones y sus recomendaciones, dicta tendencia en materia de políticas y regulación entre sus miembros, además de que califica su desempeño en el sector, aun y cuando a diferencia de la UIT y la OMC, no emite acuerdos que los comprometan de manera directa. Sin embargo, la importancia de congregarse en esta organización a las principales economías del mundo, y con ello representar a los intereses más poderosos del sector, lo hacen un actor con poder de presión y persuasión importante dentro del sector a nivel mundial.

⁴⁹ Marco C.E.J. Bronckers y Pierre Larouche. "Telecommunications Services and the World Trade Organization" en **Journal of World Trade**, Vol. 31, No. 3, La Haya, Junio 1997, pp. 22-31

⁵⁰ *Ibidem*

A nivel regional, como podemos observar en el Cuadro 6, también existen tanto organismos especializados como no especializados. Los no especializados son básicamente bloques regionales y tratados comerciales, los cuales han tomado un papel relevante en cuanto a la regulación de las telecomunicaciones a nivel internacional.

Los organismos y tratados regionales comerciales llegan a tomar una importancia fundamental, debido a que muchos de ellos determinan la forma en que muchos países adecuan sus regulaciones para permitir el funcionamiento de los operadores internacionales de telecomunicaciones, algunas veces de manera más directa que los organismos mundiales vistos anteriormente; incluso algunos bloques regionales llegan a crear políticas comunes en materia de competencia, que influyen de manera determinante en la forma en como se está constituyendo la estructura de la industria actualmente.

En el momento en que entró en vigor el Cuarto Protocolo, muchos países ya habían hecho reformas en sus países de manera unilateral para permitir la entrada de nuevos competidores a su mercado, o en el caso de aquellos que participaban en algún bloque comercial regional, o algún otro tratado comercial, estaban enfocando sus políticas sectoriales para responder a los compromisos contraídos en ellos. Es por esto que son importantes los avances y transformaciones que se dieron en el marco de estos bloques.

La forma en como cada bloque regional o tratado comercial, negocia compromisos en materia de telecomunicaciones cambia de una región a otra y responde a la lógica de liberalización a la que obedecen los distintos miembros de estos bloques. En algunos casos, tratan de limitar los efectos que la liberalización y apertura de los sectores tiene en la sociedad, en otros casos se vuelven una extensión más de los compromisos contraídos en el marco de la OMC, e incluso algunas medidas de liberalización se hacen más amplias en el marco de estos tratados.

El bloque de la Unión Europea, es el que más avances ha tenido en la regulación de las telecomunicaciones; por un lado, mediante los acuerdos alcanzados en materia de liberalización enfocados hacia la conformación de un mercado común de telecomunicaciones; y por el otro lado mediante acuerdos de cooperación y programas que impulsan el desarrollo y difusión de los servicios entre la población para su mejor provecho.

Los Libros Verdes que se señalan en el Cuadro 6, publicados en los años ochenta y noventa junto con la directiva, establecieron los compromisos contraídos por los miembros de la Unión para liberalizar sus mercados. Estos documentos señalan las directrices y reglas en materia de interconexión de las redes, competencia en los mercados, las cuales regirían el mercado común, además de que determinaron los plazos en que los países irían abriendo sus sectores, ya que en esa región la apertura se dio de manera gradual, respondiendo a las necesidades de desarrollo de los miembros. Estos acuerdos, también establecieron la creación de fondos de financiamiento para cubrir las necesidades de cobertura de los servicios y cumplir con los objetivos de servicio universal.

En el ámbito de las telecomunicaciones, en este bloque regional también se han creado programas como el *i2010* y el *Plan e-Europe*, que establecen lineamientos en materia de la sociedad de la información; es decir, para potenciar las capacidades que tienen las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo económico y social.

Estos programas tienen un primer antecedente en el denominado Informe Bangemann de 1992 que oficialmente se llama *Europa y la Sociedad Global de la Información*. Este documento fue un estudio del estado de la competencia y liberalización en el sector en esos años, así como de la situación de acceso a los servicios de comunicaciones entre la población. Un aspecto fundamental en este informe es el estudio prospectivo que realizó con respecto a posibles escenarios que pudiesen ocurrir en caso

de que se llevaran a cabo determinadas políticas y medidas.⁵¹ Es decir, sentó las bases de toda la política de la Unión Europea para el sector.

Es así como a lo largo de las últimas décadas el bloque de la Unión Europea ha delineado su propio marco político y jurídico en las telecomunicaciones, para poder dirigir de una manera más adecuada la nueva dinámica dentro de la industria, en donde los operadores han pasado de tener un carácter nacional a uno internacional y en algunos casos se han convertido en operadores de telecomunicaciones regionales.

En el continente americano, a diferencia de Europa no existe un bloque único en el que se enmarquen las políticas de telecomunicaciones de una manera homogénea, sino más bien existen diversas iniciativas regionales a lo largo del continente que tocan de diversas formas los ámbitos de este sector.

Uno de los más importantes es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado por Canadá, México y Estados Unidos. Este acuerdo es comercial; sin embargo, entre los distintos ámbitos que regula se encuentra el de las telecomunicaciones.

El Capítulo 13 de dicho acuerdo se enfoca al sector y compromete a los tres países a asegurar el acceso a sus redes públicas de telecomunicaciones, para poder proveer de manera adecuada servicios de valor agregado y servicios corporativos en la región. Además de que se comprometen a usar estándares técnicos en materia de tecnologías de la información y comunicación.

El TLCAN no va más allá y su único objetivo es garantizar el acceso a las redes de telecomunicación y servicios a los distintos agentes de los países participantes que tengan alguna actividad económica, pero no existe necesariamente una política común al

⁵¹ Wilma Arellano, *op. cit.*, pp. 166 y 167

respecto ni metas de desarrollo común, sino que cada miembro mantiene su autonomía con respecto a las políticas y medidas que considere necesarias para el desarrollo de sus propios mercados o sectores.

Para algunos autores esto se explica porque en el momento en que se celebró la negociación del tratado, tanto Estados Unidos como México, estaban llevando a cabo procesos de reforma en su sector telecomunicaciones; en el caso de EE.UU. había un reacomodo de su industria, mientras que en el caso de México era reciente la privatización de Telmex, por lo que el gobierno decidió llevar a cabo una apertura limitada en este sector, postura con la que no estaban en desacuerdo los sectores de la iniciativa privada, como la entonces Coordinadora de Organismos Empresariales de Comercio Exterior (COECE), que estaban participando en la negociación del acuerdo.⁵²

Asimismo, este tipo de regulación que hace el TLCAN del sector telecomunicaciones, se puede explicar porque el Acuerdo obedece a otra lógica y tipo de regionalismo, en el que no se busca un avance en el proceso de integración, salvo los acuerdos necesarios para garantizar las diversas e intensas actividades económicas que se dan en la región.

Además del TLCAN, en la región de Norteamérica existen otro tipo de acuerdos en materia de telecomunicación, pero en su mayoría son de carácter técnico, ya que sólo se busca asegurar la interconexión y organización de las redes de telecomunicación. Uno de estos acuerdos es el *Tratado de Reciprocidad Satelital entre México y Estados Unidos* que busca establecer normas para la emisión y recepción de señales satelitales entre los dos países.⁵³

⁵² Antonio Ortiz Mena. *México la Estrategia Comercial y los Acuerdos Internacionales en la materia de Telecomunicaciones*, **Serie Documentos de Trabajo**, Programa de Investigación de Telecomunicaciones CIDE, México, Mayo 2003, p. 12

⁵³ *Ibid*, pág. 330

Dentro del continente otro de los acuerdos regionales de importancia es el Mercado Común de Sur (Mercosur)⁵⁴, que a diferencia del TLCAN, pretende convertirse en un proceso de integración regional mucho más avanzado. En este acuerdo participan Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

A pesar de que el Mercosur es considerado una unión aduanera, en donde sus Estados miembros buscan tener políticas comerciales comunes, este régimen de integración aún no se encuentra totalmente acabado. A diferencia de la Unión Europea, aún no existen políticas comunes en muchos ámbitos.

En materia de telecomunicaciones, el Mercosur se encuentra en una etapa en donde se han señalado compromisos por parte de sus miembros para cooperar en los distintos asuntos referentes a las comunicaciones, como el fortalecimiento de una infraestructura regional de telecomunicaciones, mediante la identificación de mecanismos y oportunidades.⁵⁵ Así como también señalan la necesidad de identificar temas de interés común en el sector con el fin de fijar posiciones comunes en foros internacionales.⁵⁶

Sin embargo, en este bloque regional el establecimiento de políticas y regulaciones comunes aún se encuentra en una etapa inicial, y si bien no deja de ser importante la influencia que puede tener este proceso de integración, es indudable que las políticas de reforma en el sector de telecomunicaciones que han llevado a cabo sus países miembros de manera unilateral han tenido mayor impacto en la estructura de la industria tanto de sus respectivos países como a nivel regional.

⁵⁴ Aunque tiene sus antecedentes en la década de los ochenta, con la firma de diversos acuerdos de cooperación económica de integración entre Argentina y Brasil, el Mercosur se constituye formalmente en 1991 con la firma del Tratado de Asunción, con el que se acuerda eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio y se fija el objetivo de crear un Arancel Externo Común para 1994. La constitución de una unión aduanera no se ha logrado plenamente hasta la fecha, ya que aún no existen acuerdos suficientes entre diversos sectores. Valeria Marina Valle Lomito, "Concepción, Promoción y redefinición del Desarrollo en el Mercosur" en Alejandra Salas-Porras y Carlos Uscanga (Coord.) *Desarrollo regional. Estrategias y Oportunidades*, Gernika- UNAM, México, 2008, pp.215-218

⁵⁵ *Ibid*

⁵⁶ Consultado en <http://www.cnc.gov.ar/internacionales/mercosur/Pautas.asp>

Los acuerdos comerciales que han celebrado los países latinoamericanos, en especial aquellos que tienen como contraparte a un país desarrollado, también han llevado acuerdos en materia de telecomunicaciones. Un ejemplo de esto, es el CAFTA, que es un tratado de libre comercio celebrado por países centroamericanos con Estados Unidos, el cual contribuyó a que aceleraran sus procesos de reforma del sector. Este es el tipo de acuerdos que amplían los alcances de los acuerdos alcanzados en el marco de la OMC.

La diversidad de acuerdos que existen en la región latinoamericana y su alcance, sólo son reflejo de la heterogeneidad en que los países han tratado de regular y dirigir las nuevas condiciones de la industria de telecomunicaciones. En el continente domina más una visión nacional que regional para determinar el desarrollo de las telecomunicaciones, aun y cuando los operadores tienen un carácter internacional, aumentando su poder de mercado y negociación frente a las autoridades, lo que hace necesario un mayor nivel de coordinación y acuerdo entre los gobiernos de los países. En el ámbito en donde se ha alcanzado un mayor nivel de coordinación es en los organismos reguladores especializados.

Los organismos regionales especializados (ver Cuadro 6) desempeñan funciones similares aunque, existen también matices que los diferencian.

Las características que comparten estos organismos es que en su mayoría desempeñan funciones técnicas de estandarización, también brindan asesoría a sus miembros en cuestiones regulatorias; además, sirven de foros de negociación y colaboración para fijar posturas comunes frente a otros organismos internacionales. Todas están integradas por los organismos reguladores de los países miembros, pero también tienen la participación del sector privado.

Algunos organismos van más allá de estas funciones tradicionales y tratan con asuntos relacionados con el carácter estratégico del sector telecomunicaciones y su

relación con la soberanía, como es el caso de la CEPT en Europa; así como con cuestiones de innovación tecnológica en el sector de la región como es el caso de APT en Asia-Pacífico. Esto puede obedecer, al tipo de modelo de desarrollo que predomina en estas regiones, lo cual determina la visión que tienen a nivel regional del papel que juega el sector telecomunicaciones dentro de sus países.

En el caso específico de la CITELE, sus funciones además de la estandarización, es crear ciertos parámetros homogéneos en las formas de regulación y política entre los países miembros. La CITELE, como la mayoría de los órganos especializados, se han llegado a convertir en una extensión de grandes organismos como la UIT para vigilar el cumplimiento de los acuerdos o lineamientos que se adoptan en el seno de la organización, con los matices y adaptación necesarios a cada realidad regional.

Además de la organizaciones con carácter público, existen otros organismos o asociaciones industriales que participan activamente en las negociaciones, ya sea dentro de los organismos públicos o son por sí mismos fuentes de acuerdos entre operadores y otras empresas relacionadas con el sector, como los fabricantes de equipo y tecnología. Tales acuerdos tienen que ver en su mayoría con la estandarización de tecnologías.

Entre las asociaciones más importantes actualmente se encuentran la 3GPP, que es una organización que surgió de un acuerdo entre asociaciones de estandarización de distintas partes del mundo en 1998, y se dedica a la especificación de estándares y publicación de informes técnicos que tienen que ver con las tecnologías de tercera generación en la telefonía móvil, y con ello promueve el desarrollo y difusión de los servicios de telecomunicaciones relacionados con esta tecnología. En ella participan otras organizaciones empresariales del sector.⁵⁷

⁵⁷ Consultado en <http://www.3gpp.org/>

Otros son el CDMA Development Group que se creó en 1995 con el objetivo específico de promover el desarrollo y expansión de la tecnología CDMA. Está conformado por diversos operadores y fabricantes de equipo, especialmente tienen un impacto importante en Asia, zona en donde se encuentra más difundida este tipo de tecnología en las redes de comunicación.⁵⁸

Por su parte la GSM Association tiene su primer antecedente en el Groupe Speciale Mobile (GSM) formado por la CEPT europea en 1988, para diseñar una tecnología europea móvil que compitiera frente a las tecnologías que estaban siendo desarrolladas en Estados Unidos. Posteriormente derivó en la actual asociación. Su objetivo es promover la tecnología GSM, especialmente aquellas de tercera generación. Está formada por diversos operadores y fabricantes de equipo y tecnología. Llama la atención que en su consejo directivo se encuentran los más importantes operadores a nivel mundial, entre los que están Telefónica de España y América Móvil junto con su socio AT&T.⁵⁹

A nivel del continente americano, la asociación industrial más importante de este tipo es 3G Americas fundada en el 2002 y en la que participan operadores móviles y proveedores de equipo y tecnología de la región. Su objetivo es promover las tecnologías GSM de tercera generación y dirigir la convergencia de las redes de los operadores. Trabaja, asimismo, representando los intereses comunes de los miembros tanto en organismos públicos internacionales como con otras asociaciones empresariales como el GSM Association o la propia 3GPP.

Aunque los grandes operadores tienen una participación importante en todos los organismos mencionados, es indudable que es en los organismos privados en donde los acuerdos entre operadores son más susceptibles de formarse, no sólo en materia tecnológica, sino para fijar posiciones comunes de negociación en otros organismos

⁵⁸ Consultado en <http://www.cdg.org/>

⁵⁹ Consultado en <http://www.gsmworld.com/about-us/history.htm>

públicos internacionales, así como frente a las autoridades nacionales de los países en donde participan. Además de que, de la estrecha colaboración que mantienen dentro de estas asociaciones, pueden darse alianzas estratégicas para reforzar su poder de mercado. Se puede decir, que todo este tipo de prácticas son un tipo de acuerdos oligopólicos no explícitos o no coludidos de los que habla Richard Caves (Ver Capítulo 1).

En general se puede señalar que la principal contribución de estos organismos privados y semipúblicos, dentro del régimen es lograr acuerdos en materia de estandarización de tecnologías, además de que dirigen y administran dentro de la industria el acelerado avance de las tecnologías, así como su explotación en los mercados. Aunque también han sido importantes impulsores de los intereses económicos de las empresas del sector en distintos organismos públicos nacionales e internacionales, influyendo en las políticas que estos llevan a cabo.

De forma general podemos decir que este nuevo régimen internacional del sector telecomunicaciones, tanto mundial como regional, fue construido con base en las tendencias de liberalización que se venían suscitando alrededor del mundo, pero también contribuyó a generar las condiciones institucionales en las que la nueva estructura del sector de telecomunicaciones se desarrollaría.

2.5. Nueva organización de la industria de telecomunicaciones a nivel mundial

En los últimos 20 años la industria de las telecomunicaciones ha sufrido una serie de reestructuraciones, tanto al interior de los países como a nivel mundial. Como se señaló en el capítulo uno, con base en la visión institucionalista de la firma, los mercados en donde se desempeñan las empresas multinacionales, suelen pasar alternativamente por periodos de gran competencia a periodos de estabilidad, caracterizados por una gran concentración de las industrias.

En el sector telecomunicaciones se muestra claramente esta tendencia; sin embargo, los rápidos cambios tecnológicos dentro del sector han provocado que los periodos de estabilidad sean menos prolongados, no obstante los niveles de concentración en esta industria se mantienen y algunas veces se incrementan. Además de que se ha manifestado claramente lo que señala Richard Caves acerca de la estrecha relación que existe entre inversión extranjera directa y el desarrollo de competencia de tipo oligopólica.

Antes de la década de los ochenta, cuando predominaban los monopolios estatales de telefonía, eran pocas las empresas de telecomunicaciones que brindaban servicios a nivel internacional. Con las reformas en el sector telecomunicaciones se inició un proceso de transnacionalización de las empresas, convirtiéndose de esta forma en una de las industrias más dinámicas en la economía mundial.

Una primera ola de flujos de inversión extranjera directa se dio en la primera mitad de la década de los noventa, durante los procesos de privatización de los operadores estatales. Una vez que en diversos países desarrollados se había iniciado un proceso de reforma del sector, sus empresas comenzaron a buscar oportunidades de negocio en otros mercados, en donde por primera vez se les presentaba la oportunidad de entrada. En esta primera etapa un monto importante de los flujos de inversión extranjera tuvieron una dirección norte-sur; es decir, de países industrializados a países en desarrollo.

En Estados Unidos, las empresas regionales o *Baby Bells*, se vieron limitadas por la legislación, ya que no podían ofrecer servicios fuera de la región que se les fue asignada, además de que no se les permitió tampoco ofrecer cierto tipo de servicios, que no fueran locales, por lo que para mantener su crecimiento muchas invirtieron en el exterior. Como vimos en el Cuadro 5, cuando estudiamos las reformas en los países latinoamericanos, empresas como SBC, GTE o AT&T participaron en los procesos de privatización de los operadores; otras veces realizaron inversiones para ofrecer servicios corporativos.

Digamos que en esta primera etapa, las empresas norteamericanas realizaron inversiones de escape (ver Cuadro 1 pág. 17), con el objetivo de evadir los límites a su crecimiento que les imponía entonces la regulación en su país de origen.

En el caso de Europa, el proceso de integración llevó a muchos gobiernos de países a incentivar a sus empresas a invertir en el exterior, con el fin de que obtuvieran los recursos y el tamaño necesario para convertirse en operadores competitivos una vez que se abriera la competencia a nivel de la región europea; estos son los casos de Telefónica de España, France Telecom y en menor medida Telecom Italia, que tuvieron una participación activa en América Latina durante los primeros años de reformas.

Una segunda ola de flujos de inversión extranjera directa se dio en la segunda mitad de la década de los noventa. Ante la apertura de muchos mercados a la competencia, se iniciaron una serie de fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas de las empresas del sector, con el fin de hacerse de recursos y capacidades para posicionarse de una mejor forma ante el nuevo entorno competitivo.

La mayor parte de estas operaciones se hizo, dentro de los mercados de los países industrializados y entre países desarrollados, especialmente, entre empresas de comunicaciones de Estados Unidos y de Europa. Por medio de estas acciones las empresas buscaban entrar a nuevos segmentos de mercado, en un entorno en donde ya se vislumbraba una mayor convergencia tecnológica y un auge de las comunicaciones inalámbricas, los grandes operadores ampliaron su oferta de servicios, y pasaron de ser operadores de telefonía a operadores de telecomunicaciones e incluso incursionaron en el ámbito audiovisual o de contenidos.

En Estados Unidos, la Ley de Comunicaciones de 1996 desreguló el mercado, para permitir la competencia a nivel nacional, las empresas ya no estaban limitadas a una zona geográfica, además de que podían ingresar a diversos segmentos de mercado; asimismo,

se promovía la competencia y la convergencia tecnológica, debido a que también se les permitió a los operadores de televisión por cable brindar servicios de telefonía.

El efecto que esta legislación tuvo en la industria de telecomunicaciones estadounidense fue un proceso de mayor concentración de ese mercado (ver Cuadro 7).

Cuadro 7. Fusiones y Adquisiciones de los operadores estadounidenses en los noventa

Año	Tipo de operación	Empresa Compradora	Operador adquirido	Empresa creada
1996	Adquisición	Grupo SBC (Southwestern Bell)	Pacific Telesis	SBC
1997	Fusión	Bell Atlantic	Nynex	Bell Atlantic
1999	Adquisición	SBC	Ameritech	SBC
2000	Adquisición	Qwest	USWest	QWest
2000	Adquisición	Bell Atlantic	GTE	Verizon

Elaboración propia con datos "Evolución del sector de las telecomunicaciones en EE UU" en **Notas: Análisis y prospectiva** de Fundación AUNA, p. 2

Observamos que de las siete *Baby Bells* existentes sólo tres grandes operadores mantuvieron el dominio del mercado. En esta etapa de reestructuración, solamente dos firmas independientes, es decir, que no surgieron de la desintegración del sistema Bell⁶⁰, fueron las que jugaron un rol importante como QWest y GTE, aunque esta última fue absorbida por una empresa regional. Otros operadores que lograron mantenerse en el mercado aunque con dificultades fueron los de larga distancia como lo fue AT&T, Sprint y WorldCom, los cuales también realizaron una serie de adquisiciones y alianzas para ampliar sus mercados.

El resultado de todo este proceso, no sólo fue una mayor concentración de la industria, sino también se crearon demasiadas expectativas en torno al potencial de crecimiento y rentabilidad de esta industria, junto con todos los negocios involucrados en la economía de la información y el conocimiento, como la industria del software, que como veremos más adelante generó una crisis.

⁶⁰ Así se le conoció a la red nacional de telecomunicaciones que controlaba la entonces AT&T cuando fungía como monopolio privado en aquel país.

Cuadro 8. Las Principales Fusiones y Adquisiciones de telecomunicaciones 1999-2007 (Millones de Dólares)				
Año	Compañía adquirida	Comprador	Valor	Porcentaje de participación
1999	AirTouch Communications Inc (EE.UU.)	Vodafone Group (Reino Unido)	60 287	100.0
1999	Orange (Reino Unido)	Mannesmann (Alemania)	32 595	100.0
1999	One 2 One (Reino Unido)	Deutsche Telekom (Alemania)	13 629	100.0
1999	Mannesmann (Alemania)	Vodafone Air Touch (Reino Unido)	202 785	100.0
2000	Orange (Reino Unido)	France Télécom (Francia)	45 967	100.0
2000	Beijing Mobile (BVI), Shanghai Mobile (BVI), Tianjin Mobile, otras 4 (China)	China Telecom Hong Kong Ltd (Hong Kong, China)	34 162	100.0
2000	AirTel SA (España)	Vodafone AirTouch (Reino Unido)	14 365	43.5
2000	CWC ConsumerCo (Cable & Wireless Communications PLC/C&W PLC) (Reino Unido)	NTL Inc (EE.UU.)	11 004	100.0
2000	E-Plus Mobilfunk (Otelco Communications) (Alemania)	BellSouth GmbH (KPN BellSouth) (Holanda/EE.UU.)	9 400	77.5
2000	VoiceStream Wireless Corp (EE.UU.)	Deutsche Telekom (Alemania)	29 404	100.0
2001	Viag Interkom (Alemania)	British Telecommunications (Reino Unido)	13 813	45.0
2001	AT&T Wireless Group (EE.UU.)	NTT DoCoMo (Japón)	9 805	16.00
2001	China Mobile Hong Kong (BVI) Ltd Mobile Telecommunications Cos (China)	China Mobile (Hong Kong) Ltd (Hong Kong, China)	10 335	100.0
2002	O2 PLC (Reino Unido)	Telefónica (España)	31 659	100.0
2006	Vodafone KK (Japón)	BB Mobile Corp (Japón)	14 332	97.6
2006	Hutchison Essar (India)	Vodafone Group (Reino Unido)	12 748	67.0
2007	FASTWEB SpA (Italia)	Swisscom AG (Suiza)	5 500	
2007	Airwave O2 Ltd (Reino Unido)	Guardian Digital Communications Ltd (Australia)	4 000	
2007	Nacional Mobile Telecommunications Co KSC (Wataniya) (Kuwait)	Qatar Telecom QSC (Qtel) (Qatar)	3 800	
2007	Turkcell İletişim Hizmetleri AS (Turquía)	TeliaSonera AB (Suecia)	3 100	
2008	China Netcom Group Corp (Hong Kong) Ltd	China Unicom Ltd (Hong Kong, China)	7 800	
2008	Hellenic Telecommunications Organization SA (Grecia)	Deutsche Telekom AG (Alemania)	4 000	

Fuente: World Investment Report, UNCTAD, 2008 y 2009

En Europa, conforme se fueron cumpliendo los plazos de apertura a la competencia que se acordaron en los diversos documentos de liberalización del bloque regional, los operadores más grandes de esa región emprendieron una serie de adquisiciones con miras a posicionarse del mercado. Es así como en 1999 se dieron diversas operaciones de este tipo como se observa en el Cuadro 8.

Aunque el cuadro refleja las principales fusiones y adquisiciones a nivel mundial, con base en el valor que tuvo la operación; se observa que de los 22 casos que presenta, diez se llevaron a cabo en Europa, la mitad de ellas concretadas al final de la década de los noventa. El operador más activo fue el británico Vodafone, seguido de Deutsche Telekom. Otras empresas importantes que realizaron grandes adquisiciones en la última década fueron France Telecom, British Telecom, y Telefónica. Lo que los ha convertido en los principales operadores de la Unión Europea.

En este periodo por lo tanto, los operadores estadounidenses y europeos realizaron inversiones extranjeras en busca de activos estratégicos (*strategic asset seeker*), que les permitieran adquirir capacidades para hacer frente a la convergencia, pero sobre todo al entorno de competencia que en ese momento se esperaba.

Junto con esta ola de operaciones internacionales tenemos que a principios de la década del 2000 muchas empresas del sector comenzaron a realizar cuantiosas inversiones enfocadas a modernizar su infraestructura y en el caso de los operadores que controlaban redes públicas, comenzaron a introducir tecnologías de banda ancha que les permitiera ofrecer una mayor cantidad de servicios o paquetes de servicios.

Por su parte, las empresas que participaban en el segmento de las comunicaciones inalámbricas, ante el desarrollo de la llamada tercera generación, comenzaron a hacer importantes inversiones no sólo en la modernización de sus redes, sino también en la obtención de licencias para este tipo de servicios. El alto costo que representó este

proceso para muchas empresas, las llevó a contraer altos montos de deuda, y más adelante a cambiar de estrategia y deshacerse de ciertos activos. Algunas de ellas retiraron inversiones que habían hecho durante la primera ola de inversiones transnacionales; es decir, decidieron vender sus participaciones en las subsidiarias que habían adquirido en los procesos de privatización. Muchas empresas dirigieron sus estrategias a largo plazo para prepararse ante las nuevas tendencias en el mercado de las telecomunicaciones.

Además de este cambio en las prioridades por parte de algunos operadores de países desarrollados, ante las nuevas condiciones provocadas por los avances tecnológicos, también existieron otros factores que obligaron a estas empresas a deshacerse de ciertos activos o cambiar sus estrategias. Entre estos factores se encuentran la inestabilidad de los mercados financieros, a los que las firmas de este sector son particularmente vulnerables. Una crisis financiera fue precisamente lo que llevó nuevamente a una reestructuración de la industria de telecomunicaciones en EE.UU. y por lo tanto a un cambio de estrategia de sus empresas.

Como se dijo antes, en la segunda mitad de la década de los noventa se generaron muchas expectativas en torno al crecimiento de la industria de las tecnologías de la información, las acciones de las empresas del sector fueron muy cotizadas en los mercados financieros; sin embargo, con el tiempo, éstas no trajeron consigo, al menos no de forma inmediata, las ganancias esperadas.⁶¹ En lo que se refiere al sector telecomunicaciones, después de las grandes inversiones realizadas se produjo un fenómeno de infraestructura subutilizada.

Las empresas comenzaron entonces a registrar una serie de pérdidas, o en el mejor de los casos, ganancias mínimas, lo que implicaba poco valor en el mercado financiero, al

⁶¹ Antonio Pulido, *¿Crisis en la n-economía?*, en **N-Economía** Servicio de Alerta, Centro de Predicción Económica, Facultad CC.EE. y EE Módulo E XIV UAM, 19 de Febrero de 2001, p. 2

cual se encontraban estrechamente ligadas, como la mayor parte de las grandes compañías, ya que es ahí donde obtienen buena parte de sus recursos para financiar sus inversiones.

Para el año 2001 esta situación ya no se pudo sostener más, y se sobrevino lo que se conoció como “la crisis de las punto.com”, la cual afectó a la economía estadounidense e internacional. Fue la primera crisis financiera que tuvo como base a las empresas de tecnología, ligadas con la economía de la información.

Nuevamente los operadores de telecomunicaciones se vieron en la necesidad de reestructurarse y generar nuevas estrategias de crecimiento y desarrollo. Identificamos así una nueva etapa de reestructuración. Esta nueva reestructuración comenzó inmediatamente después de la recuperación económica de la crisis. Se pensaba que como resultado de esta dificultad económica, el sector entraría en una etapa más competitiva en el mercado, pero sucedió lo contrario.

Cuadro 9. Fusiones y adquisiciones en EE.UU.

Año	Empresa Adquirida	Empresa Compradora
2004	Cingular Wireless	AT&T Wireless
2004	Nextel Communication	Sprint Corporation
2005	AT&T Corp.	SBC Communications
2005	BellSouth Corp.	AT&T Inc.*
2006	MCI Inc.	Verizon Communications
2007	ALLTEL Communications	TPG/Goldman Sachs

*Así se le denominó al operador que surgió de la fusión de SBC Communications y AT&T

Fuente: CEPAL, Informe IED en América Latina y el Caribe 2007, pág. 125

Los operadores de larga distancia como AT&T y MCI⁶², fueron los más afectados por la crisis financiera, al punto de llegar a deshacerse de negocios que habían adquirido en la etapa anterior, otros tantos fueron declarados en quiebra, por lo que se volvieron susceptibles de ser absorbidos por otras empresas. Como podemos observar en el Cuadro 9 los grandes ganadores de esta etapa fueron SBC y Verizon, los cuales adquirieron algunos de los principales operadores de larga distancia.

Esta reestructuración también implicó que los operadores norteamericanos se replegaran hacia su mercado de origen, y abandonaran algunos mercados en los que habían adquirido participación en otras regiones del mundo.

Podemos identificar por tanto, diversos factores que llevaron a la retirada y cambio de estrategia de los grandes operadores europeos y norteamericanos en la última década.

El primero de estos factores fue la difícil situación financiera en la que se encontraban algunos operadores, por lo que no podían mantener sus operaciones en el exterior; otro factor fue que muchos de ellos no obtuvieron los resultados deseados en esos países, ya sea porque no pudieron ampliar su participación en el mercado debido a las condiciones de competencia o porque aplicaron estrategias equivocadas debido al desconocimiento de la cultura de negocios en esas naciones.

En la mayoría de los casos, las firmas se replegaron hacia sus mercados de origen y hacia donde ya mantenían una posición fuerte para consolidar su participación, muchos de ellos replantearon sus estrategias de internacionalización, principalmente buscaron mejorar su posición en los mercados de sus regiones de origen para así enfrentar de una mejor forma las nuevas condiciones del mercado, en donde las comunicaciones móviles y

⁶² Anteriormente llamada WorldCom incurrió en una serie de prácticas contables deshonestas, ocultando las pérdidas que había acumulado debido a una serie de adquisiciones desenfundadas y poco planificadas, ya que posteriormente no le trajeron los beneficios que esperaba, esto lo llevó a la quiebra en 2001, afectando a muchos inversionistas y miles de trabajadores que perdieron su empleo. Los directores de la empresa fueron llevados a juicio en donde se les dictó alto de formal prisión por fraude.

la banda ancha serían las que tendrían más crecimiento.

Aunque como hemos visto existen factores como lo son los cambios tecnológicos y las crisis financieras que han llevado a los operadores a replantear sus estrategias de mercado, también se pueden interpretar como acuerdos implícitos por parte de los operadores de las distintas regiones para repartirse mercados. Son implícitos porque a pesar de que no necesariamente existen indicios de negociaciones explícitas, si hay una tendencia a mantener y respetar sus presencia en aquellos mercados en donde cada operador o grupo de operadores se encuentra más consolidado, y que suelen ser las regiones geográficas que son históricamente de influencia o con afinidades culturales para las empresas, en las cuales pueden explotar de una forma más efectiva sus ventajas competitivas.

Fue así que, las fallas de mercado como la falta de información suficiente para que previeran la disminución de beneficios en el corto plazo que los llevó a una crisis financiera y los cambios tecnológicos acelerados en la industria, han provocado una reestructuración de la industria que se dirige a una mayor concentración del mercado.⁶³

En el siguiente apartado se analizará la forma en como se ha ido regionalizando el mercado de las telecomunicaciones en el continente americano, que ha llevado a una gran concentración del sector y que ha permitido a un número reducido de competidores dominar la oferta de los servicios.

⁶³ Tal y como mencionan algunos economistas como Samuelson y Nordhaus, las fallas de mercado y la incertidumbre son uno de los principales factores que provocan la conformación de estructuras oligopólicas en muchas industrias ya que mediante ciertos acuerdos o cambios de estrategias las firmas buscan una mayor certidumbre en sus operaciones y así asegurar cierto nivel de beneficios.

2.6. Regionalización del mercado de telecomunicaciones en el continente

Como ha señalado Alan Rugman, aunque en algún momento de la ola de liberalización, se pensó que muchas empresas adquirirían un carácter global, en realidad la mayor parte de las empresas multinacionales, tienen un carácter regional; una de las causas que explican esta tendencia, se encuentra en que las firmas han buscado la consolidación de los mercados en los que operan, con el objetivo de explotar las ventajas competitivas que han desarrollado en ellos, crear economías de escala y así mejorar sus beneficios. Esto lo vemos claramente manifestado en el sector de telecomunicaciones.

En América Latina, algunos de los operadores europeos y norteamericanos, han disminuido su participación en los mercados de los países de la región, y en algunos casos se han retirado por completo. En el Cuadro 10 se puede observar este proceso de retirada de estos operadores.

Cuadro 10. Crisis, Consolidación y reorganización del sector en el continente 2001-2010

Empresa que se retira	País	Año de Venta de activos en el continente	Países de los que sale	Empresa Compradora
France Telecom	Francia	2000 2001 2003	México Argentina El Salvador	Teléfonos de México Telecom Italia América Móvil
Vodafone	Gran Bretaña	2003	México	Grupo Salinas (México)
Verizon	Estados Unidos	2003 2006	México Venezuela, Puerto Rico y República Dominicana	Grupo Salinas (México) Telmex y América Móvil
AT&T	Estados Unidos	2004	Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú	Teléfonos de México
BellSouth	Estados Unidos	2005	Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela, Guatemala, Panamá y Nicaragua	Telefónica de España
Telecom Italia*	Italia	2005 2006 2008	Chile Perú Venezuela Bolivia	Almendra (Chile) América Móvil (México) Telvenco (Venezuela) Gobierno boliviano (nacionalización de operador)

Elaboración propia con datos de las empresas e información generada por la prensa.

El proceso de reorientación de la estrategia de los operadores europeos y norteamericanos en la región latinoamericana se dio en la primera parte de la década del 2000. En lo que respecta a los operadores europeos, realmente fueron pocos los que abandonaron por completo la región, en otros casos lo que se dio fue una reorganización de su participación dentro del continente; mientras que el operador de origen europeo dominante, Telefónica de España, consolidó su participación en este mercado.

El caso de Telefónica de España se verá con más detalle en el siguiente capítulo; no obstante, es necesario mencionar que fue de los primeros operadores extranjeros que entraron al mercado latinoamericano, y ha logrado mantener su presencia en la región, pero sobre todo, se ha convertido en uno de los principales actores del sector en el continente y se está perfilando a ser una de las empresas multinacionales con carácter global.

Entre los operadores que retiraron por completo su presencia en la región se encuentran France Telecom, Verizon y recientemente Portugal Telecom, el cual concluyó la alianza que tenía con Telefónica en Brasil. Otros operadores reorganizaron su presencia en la región y si bien salieron de los mercados de algunos países, en otros han mantenido su presencia, este es el caso específico de Telecom Italia (ver también Cuadro 11).

El caso de Telecom Italia es relevante debido a que es una de las empresas que se pensaba tendría un gran desarrollo en la región; sin embargo, no ha logrado expandir su mercado; a mediados de la década emprendió un cambio de estrategia y salió de algunos países, sólo mantuvo su presencia en los mercados que generaban mayor crecimiento.

Aunque TI decidió vender sus participaciones en subsidiarias de Chile y Venezuela, en otros países ha enfrentado dificultades. En Bolivia, el gobierno de Evo Morales llevó a cabo políticas económicas para revertir los procesos de liberalización y privatización; se iniciaron así una serie de nacionalizaciones de industrias estratégicas para aquella nación,

una de las cuales fue la de telecomunicaciones.

Cuadro 11. Presencia actual de operadores europeos y norteamericanos en el continente

Empresa	País de Origen	Países en los que permanecen	Situación bajo la que tienen presencia
Vodafone	Reino Unido	Sin presencia directa	Acuerdos de provisión de equipo y servicios con operadores como América Móvil y ENTEL de Chile
France Telecom	Francia	Sin presencia	
Telecom Italia	Italia	Argentina (en duda) Brasil Cuba	Subsidiarias y participación accionaria
Portugal Telecom*	Portugal	Brasil (concluida)	En alianza con Telefónica
Verizon	EE.UU.	Sin presencia	
Bellsouth	EE.UU.	Sin presencia	
AT&T	EE.UU.	Presencia directa en diversos países	Participación accionaria en Telmex /América Móvil

*Recientemente llegó a un acuerdo con Telefónica para vender su participación en Vivo, con lo que PT prácticamente se retira de la región

Fuente: diversas notas de prensa y sitios especializados.

En 2007 el gobierno boliviano entró en negociaciones con Telecom Italia, pero al no haber acuerdo en mayo de 2008 se declaró la nacionalización del operador de telecomunicaciones de aquel país, bajo el argumento de incumplimiento de obligaciones de cobertura de servicios por parte de la empresa desde la privatización. Aunque este problema llegó a instancias internacionales, a través del Centro Internacional de Arreglo de Diferencias relativas a Inversiones (CIADI) del Banco Mundial; en noviembre de 2009 el operador italiano decidió retirar su demanda; sin embargo, se dice que buscará otros mecanismos para satisfacer su reclamo, ante la inviabilidad de éste en el CIADI, ya que en 2007 Bolivia se retiró de ese órgano.⁶⁴

En Argentina Telecom Italia también se ha enfrentado a ciertas dificultades, debido a la alianza que mantiene con Telefónica de España, ya que ambos tienen una posición dominante en el mercado argentino al controlar a los dos principales operadores de

⁶⁴Quiroga, Carlos A. "Órgano del BM cierra caso Telecom Italia contra Bolivia" Consultado en <http://lta.reuters.com/article/domesticNews/idLTASIE5A30R820091104>

telecomunicaciones. Debido a lo anterior en el último año la autoridad reguladora de competencia puso un ultimatum para que TI retirara sus inversiones de Telecom Argentina o que las pusiera a la venta a otros inversores, bajo el argumento de que se corría el riesgo de posición dominante e incluso monopolio, debido a la relación que mantiene con la empresa española.

De haberse concretado la venta de la participación de Telecom Italia en Telecom Argentina, se hubiese afectado de manera importante su posición en el mercado regional, junto con la posición de Telefónica, su principal socio estratégico.

El mercado en donde mantiene una posición más relevante, es en Brasil en donde su subsidiaria llamada TIM es uno de los tres principales operadores de telecomunicaciones inalámbricas después de Vivo de Telefónica y Claro de América Móvil. En Cuba ha mantenido una alianza y una participación accionaria en el operador estatal de la isla ETEC. No obstante lo anterior, Telecom Italia ha buscado centrarse en aquellos mercados que registran un mayor crecimiento, como el de Brasil en el continente americano y en otros países europeos en donde participa, como Turquía.⁶⁵

Portugal Telecom es otro de los operadores europeos que había mantenido una presencia importante en uno los mercados más importantes de la región, Brasil, en alianza con Telefónica de España; sin embargo, después de una serie de intentos, la empresa española logró recientemente hacerse del control total de Vivo, lo que significó la salida de PT de la región, sumándose a los demás operadores europeos que años antes se retiraron. Por su parte, si bien Vodafone nunca tuvo una amplia presencia en la región y cuando la tuvo esta estaba relacionada a la alianza que mantenía con Verizon, el operador británico ha negociado una serie de acuerdos con operadores latinoamericanos a través de los cuales comercializa sus equipos y servicios en la región, por lo cual se dice que

⁶⁵Borrodicom. “Telecom Italia: Preferimos dejar Chile y crecer en Brasil y Argentina”, 28 de enero de 2005, consultado en <http://borrodicom.cl/blog/2005/01/telecom-italiapreferimos-dejar-chile-y.html>

mantiene una presencia indirecta.⁶⁶

Además de los grandes operadores mencionados, en América Latina aún tienen presencia otros operadores europeos, pero se localizan principalmente en países pequeños o del Caribe. Entre estos operadores se encuentran el británico Cable & Wireless, el irlandés Digicel y el sueco Millicom, que con su participación en el mercado centroamericano se están convirtiendo en competidores importantes para Telefónica y Telmex/América Móvil.⁶⁷

En general, los operadores europeos más importantes que han mantenido una presencia relativamente importante en la región como Telecom Italia, se encuentran estrechamente ligados al papel que juega Telefónica de España, ya que este operador ha logrado convertirse en uno de los principales accionistas de esos operadores. Por lo que su posición en la región de América Latina también determina la posición del operador español, y lo consolida como uno de los actores de las telecomunicaciones más relevantes del continente.

En lo que respecta a los operadores norteamericanos, se puede decir que casi en su totalidad salieron del mercado latinoamericano. Las grandes empresas que resultaron de la reestructuración de la industria de las telecomunicaciones norteamericana en las dos últimas décadas, comenzaron un proceso de internacionalización, especialmente aprovecharon la apertura de muchos mercados. Los principales destinos de inversión de estas empresas fueron países europeos, en menor medida hicieron inversiones en otras regiones del mundo.

⁶⁶Pedrero, Fernando. "Tiene Telcel cobertura mundial. Firma un acuerdo de roaming internacional con Vodafone", **El Universal**, Jueves 16 de marzo de 2006, México, consultado en http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=50568&tabla=finanzas

⁶⁷ CEPAL. *Informe de Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2007*, Naciones Unidas, Santiago de Chile, p. 141

En América Latina fueron tres las empresas norteamericanas que realizaron más inversiones Verizon, AT&T y BellSouth. Estos operadores a diferencia de los europeos, no entraron durante los procesos de privatización, sino antes o tiempo después, cuando se otorgaron más licencias a nuevos operadores para ofrecer distintos servicios, como la telefonía celular o servicios de valor agregado y corporativos. Se puede decir, que la estrategia de las empresas estadounidenses era enfocarse a segmentos de mercado específicos.

En el caso de Verizon al haber surgido en el año 2000 de la fusión de los operadores GTE Corporation y Bell Atlantic Corp, tomó el control de las subsidiarias que ambas empresas tenían en América Latina desde principios de los años noventa. Pero en 2003 ante la difícil situación financiera por la que atravesaba Iusacell de México, de la cual era socio decide retirar su participación junto con su socio Vodafone⁶⁸, y nuevamente en el año 2006 toma la decisión de vender sus participaciones a Telmex/América Móvil en sus demás subidrias en la región.⁶⁹

BellSouth por su parte, era uno de los siete operadores regionales que surgieron de la escisión de AT&T y fue una de las firmas norteamericanas de telecomunicaciones que iniciaron de manera temprana su expansión a nivel internacional, y llegó a contar con negocios en distintas regiones del mundo. En América Latina su presencia se remontaba a finales de los años ochenta.

A lo largo de la década de los noventa fue ampliando su participación en el mercado de la telefonía móvil y en algunos países ofrecía larga distancia, Internet y TV por cable. En el año 2000 ya operaba en 11 países de América Latina. BellSouth por lo tanto fue el

⁶⁸Otero, José F. “*Analizando la partida de Versión y Vodafone*” Viernes 18 de Julio de 2003, México, consultado en http://www.bnamericas.com/news/telecomunicaciones/COLUMNISTA_INVITADO:_Analizando_la_partida_de_Verizon_y_Vodafone

⁶⁹“*Carlos Slim compra las filiales de Verizon en Latinoamérica*”, lunes 3 de abril de 2006, consultado en <http://www.americaeconomica.com/portada/noticias/030406/blslimlu.htm>

operador norteamericano que mayor participación dentro del sector en la región llegó a tener.⁷⁰

BellSouth, inició su salida del mercado latinoamericano en 2003 con la venta de su participación en BSE S.A. su filial en Brasil, a la empresa América Móvil.⁷¹ En el 2005 vendió todas sus filiales en Latinoamérica a Telefónica de España. Esta operación permitió a Telefónica de España ampliar de forma importante su presencia en América Latina, ya que las filiales de BellSouth se encontraban presentes en diez países.⁷²

Por su parte AT&T entró al mercado latinoamericano hasta finales de los años noventa. Su principal objetivo era atender a sus clientes corporativos, de hecho en ciertos países sólo se enfocó a ofrecer servicios de comunicaciones empresariales. Para 2004 esta empresa llegó a tener participación en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Ese mismo año ante la difícil situación financiera por la que atravesaba su matriz en EE.UU. fue declarado en quiebra, vendiendo sus subsidiarias a Telmex.

Como vimos en apartados anteriores, a principios de la última década los operadores estadounidenses se enfrentaron a una situación financiera difícil; hubo distintos factores que desencadenaron esta crisis como la ardua competencia que se dio en ese mercado; la tendencia de sustitución de los servicios tradicionales de telecomunicaciones, por los servicios propios de la convergencia y la digitalización.⁷³

Todo lo anterior contribuyó para que los operadores redireccionaran sus estrategias corporativas. Ante estas condiciones en sus mercados de origen, las firmas

⁷⁰ CEPAL. *Informe de Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2007*, Naciones Unidas, Santiago de Chile, p. 141

⁷¹ Bloomberg. "América Móvil comprará filial de BellSouth", Atlanta EE.UU., 9 de marzo de 2003, consultado en <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2003/03/09/hoy/negocios/900982.html>

⁷² Moisés Martínez, "Fin de la era BellSouth", en **La Prensa**, Nicaragua, 31 de marzo de 2005, consultado en <http://archivo.laprensa.com.ni/archivo/2005/marzo/31/nacionales/nacionales20050331-02.html>

⁷³ Santiago Millán. "La telefonía de EE.UU., en tinieblas", Viernes 24 de octubre de 2003, consultado en <http://www.americaeconomica.com/numeros4/236/reportajes/santi236.htm>

norteamericanas decidieron concentrar sus recursos y esfuerzos en obtener mejores posiciones en su mercado nacional, esto llevó a que se deshicieran de muchos de sus activos en el extranjero. Para los operadores norteamericanos, América Latina dejó de ser un mercado estratégico.

La necesidad de que las empresas de telecomunicaciones se adaptaran a las nuevas condiciones del sector con la introducción de los servicios de banda ancha y el auge de la telefonía móvil, llevó a una mayor concentración de la industria en EE. UU., pues las empresas buscaron reforzar su posición en su mercado interno. Fue así como Telmex/América Móvil y Telefónica ampliaron su presencia en América Latina, y se convirtieron en los operadores dominantes en la región.

2.7. Conclusiones

Las diversas transformaciones que se han dado en las últimas décadas en distintos ámbitos como la economía, la política y la tecnología, han influido de manera determinante al sector telecomunicaciones.

Las reformas de liberalización que se emprendieron desde los años ochenta del siglo XX y los avances en las tecnologías de comunicaciones y la informática, provocaron una serie cambios en la estructura del sector. Desde entonces, se han llevado a cabo varios procesos de ajuste en la industria. Por lo que no podemos hablar de un sólo proceso de consolidación.

Ha resultado especialmente difícil para los operadores de telecomunicaciones, adaptarse a las nuevas condiciones del mercado en buena medida determinadas por los avances tecnológicos en el sector, junto con las condiciones políticas y regulatorias que imponen los Estados y otros organismos internacionales.

Fueron dos formas en la que los Estados intervinieron para influir en la actual estructura del sector. Primero, en la decisión de determinar el tipo de operadores de telecomunicaciones que debían establecerse en su país, y segundo, en el grado de competencia que han permitido en sus respectivos mercados; ambos influidos por cuatro factores: 1) la condición económica de cada país; 2) por la postura del Estado frente al sector telecomunicaciones; 3) por la relación e interacción de los diversos actores (empresas, autoridades reguladoras, etc.) y la participación que logran tener en la toma de decisiones políticas que afectan al sector, y 4) el grado de influencia que tienen los acuerdos internacionales en los países para que modifiquen las políticas sectoriales.

Algunos países decidieron, a pesar de la privatización, mantener el sector en manos de empresarios nacionales, incluso algunos impulsaron la expansión internacional de su operadores. Otros buscaron modernizar su sector, mediante la entrada de inversión extranjera. Es decir, algunos gobiernos crearon factores de atracción a los operadores de aquellos países, en donde los gobiernos reforzaron las ventajas competitivas de sus empresas.

Pero algo fundamental fue el hecho de que, en la gran mayoría de los casos, la entrada de la competencia estuvo muy controlada, mateniendo una gran concentración en sus respectivos mercados.

Si a lo anterior, sumamos que el sector de telecomunicaciones, como una economía red, tiende a una estructura oligopólica, debido a las grandes inversiones en infraestructura y a la necesidad de generar economías de escala, hace que en la realidad sean pocos los operadores que puedan participar en el mercado.

Después de años de implementación de reformas políticas y de regulación, parece estar formándose una nueva estructura del sector telecomunicaciones que se perfila a durar un periodo más prolongado, la cual se caracteriza por la regionalización en la forma

en como se organizan las actividades de esta industria.

Si antes de las reformas de liberalización, dominaban los monopolios públicos nacionales, actualmente parecen dominar operadores privados que están tomando un carácter regional. Sólo que esta vez el mercado no está siendo dominado por una sola empresa, sino por un número reducido de empresas, con un alto grado de concentración. Asimismo, se está produciendo un proceso de reparto de mercados, en donde los operadores dominantes brindan sus servicios en aquellos mercados para los que se encuentran mejor adaptados.

Lo anterior se ha visto reflejado en la tendencia que existe en los flujos de IED que están dominando en las distintas regiones del mundo. Dominan las empresas que tienen un mejor conocimiento del ambiente de negocios de los países en los que operan. Si bien con los procesos de desinversión de operadores europeos y norteamericanos en la región de América Latina se logra perfilar a las principales firmas que mantienen una presencia importante en la región, Telefónica y Telmex/América Móvil, aún su dominio no es definitivo, debido a que, como hemos visto, existen otros operadores más pequeños en la región que buscan ampliar su mercado.

Resulta especialmente interesante el caso de Millicom, el cual tiene una posición fuerte en Centroamérica; por lo que se convierte en un factor de análisis adicional a lo que originalmente se había planteado al inicio de la investigación, así como analizar las posibilidades del retorno de inversiones de operadores norteamericanos o europeos, pero ahora bajo otro tipo de estrategias.

Como hemos visto, la salida de algunos operadores europeos no fue definitiva, sino que se volvieron más selectivos al decidir los mercados en que operan. Un ejemplo de ello es Vodafone, que nuevamente está viendo oportunidades de negocio en América Latina, pero está utilizando otro tipo de estrategias para tener presencia en la región; resultan

especialmente importantes los acuerdos y alianzas que está concretando con operadores de la región; y como veremos en el próximo capítulo no es el único operador de un país desarrollado que esta llevando a cabo este tipo de acciones. En este sentido, es relevante la participación accionaria que tiene SBC en Telmex/América Móvil, lo que la hace participe en la industria de la región.

Esto señala, una posible creación de acuerdos oligopólicos implícitos, a través de los cuales, los principales operadores del mundo reparten su mercado, en donde cada uno mantiene su influencia en las regiones en las que sus ventajas competitivas pueden ser mejor explotadas.

La regionalización de las actividades de las empresas de telecomunicaciones, se ve reforzada por los procesos de integración formal que se dan en diversas áreas geográficas como Europa, que impulsan la creación de un mercado regional para el sector, e incluso en aquellas regiones como América Latina, en donde no existen procesos de integración avanzados, la sola existencia de acuerdos comerciales facilita las operaciones de las firmas, al comprometer a los gobiernos a que emitan regulaciones que permitan una mayor participación de inversión extranjera o que garanticen la interconexión de las redes.

Una vez conocidas las actuales tendencias mundiales en la estructura del sector, es posible pasar a estudiar el fenómeno que se esta presentando en el continente americano; es decir, analizar la forma en cómo se esta concretando la regionalización y bajo qué condiciones, en donde un par de operadores hispanoamericanos están consolidando su presencia en la región.

Capítulo 3. Operadores hispanoamericanos de telecomunicaciones: el caso de Telefónica de España y Telmex/América Móvil

3.1. Introducción

El presente capítulo busca hacer un análisis de la situación de la competencia que impera actualmente en el sector de las telecomunicaciones a nivel regional. Se centra en el estudio de dos casos específicos: Telefónica de España y Telmex/América Móvil, que son los dos operadores que están dominando el sector en América Latina, una vez que otros operadores se retiraron de la región o disminuyeron su participación en ella.

El principal objetivo del capítulo es señalar las causas que han llevado a estos dos operadores hispanos a mantener una presencia dominante en Latinoamérica. Es por ello que en el primer apartado se estudian los casos de las reformas en el sector telecomunicaciones de los países de origen de las dos empresas España y México, para identificar las condiciones institucionales bajo las cuales se desarrollaron y que los impulsaron a expandirse a nivel internacional.

En los tres siguientes apartados, se hace un análisis comparativo sobre la posición que tiene cada una de las empresas en el continente y como interactúan. En un primer momento se identifican las ventajas competitivas de ambas empresas, para posteriormente pasar a señalar como es que han llegado a tener un porcentaje de participación importante en cada uno de los mercados en los que operan.

En un sexto punto, se estudian los casos de otros operadores importantes presentes en la región, y se identifican las ventajas con las que cuentan que los hacen ser un importante contrapeso en el mercado regional.

Por último, se analizan los efectos que ha tenido la regionalización de los mercados de telecomunicaciones en América Latina. Se pone énfasis en la situación en la que se

encuentra la región en materia de acceso a los servicios, teniendo en cuenta variables como el monto de las inversiones, el nivel de los precios, así como la calidad de los servicios.

3.2. Reformas en el sector telecomunicaciones en España y México

Al igual que muchos otros países en la década de los ochenta, España y México llevaron a cabo una serie de transformaciones económicas con el fin de adaptarse a la dinámica mundial.

Las razones que llevaron a ambos países a emprender reformas en el sector telecomunicaciones son distintas, aunque se enmarcan en un proceso más amplio de cambio tecnológico y liberalización económica a nivel mundial que se estaba gestando en aquella época.

A nivel interno tenemos que en España la transición de un régimen dictatorial a uno democrático influyó en el cambio de modelo económico y en la modernización del sector. En México la crisis de deuda externa impulsó el cambio de modelo económico y determinó la forma en que se diseñaron las políticas para liberalizar la industria de telecomunicaciones.

La crisis afectó la posición de México en el ámbito internacional en un contexto de globalización, que provocó que el país se viera expuesto a presiones externas, especialmente por parte de organismos internacionales, para llevar a cabo ciertas reestructuraciones como condición para acceder a los préstamos o créditos que otorgaban estas instituciones (entiéndase FMI y Banco Mundial). Ante la necesidad de reactivar la economía y atraer capital, muchas de las reformas se llevaron a cabo en un lapso de tiempo corto y sin una planeación de largo plazo, como ocurrió con la privatización de Telmex.

En el caso de España su entrada a la Comunidad Económica Europea si bien significó un compromiso por parte de este gobierno de emprender políticas de liberalización, no existieron presiones para abrir su economía de forma acelerada. Dentro de los propios acuerdos de integración de este bloque se acordaban plazos graduales para los países, especialmente aquellos más atrasados para que prepararan sus industrias ante la competencia regional. Lo anterior, dio a España el margen suficiente para planificar las reformas económicas. A diferencia de México, en este país muchas de las reformas se llevaron a cabo de manera gradual, como se hizo con el proceso de privatización del operador español.

Lo anterior señala una mayor planificación por parte de España, país en el cual antes del proceso de privatización se crearon una serie de organismos sectoriales que se encargarían de dirigir el proceso de reforma de las telecomunicaciones. En México no se crearon organismos sectoriales especializados que se encargaran de las reformas, sino más bien el proceso de privatización estuvo a cargo de una unidad especializada en la venta de empresas públicas adscrita a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Ello indica la diferencia de prioridades entre ambos países en materia de reformas al sector telecomunicaciones.

Sin embargo, algo que ambos países comparten es la decisión de mantener un operador nacional de telecomunicaciones, aun y cuando el control lo mantuviera el sector privado. En ambos países, como señala Judith Mariscal, se promovió la creación de los denominados campeones nacionales, que son empresas de origen nacional con liderazgo dentro de la economía de los países y capaces de competir con firmas de carácter internacional o extranjeras.⁷⁴

⁷⁴ Judith Mariscal y Eugenia Rivera. "New trends in the Latin American telecommunications market: Telefonica & Telmex" en **Telecommunications Policy**, No. 29, USA, 2005, pp. 759

Fue así que tanto en México como en España se procuró que la propiedad de los operadores quedara en manos de empresarios nacionales. En España donde el proceso de privatización se dio de manera gradual, el Estado mantuvo participación accionaria hasta bien avanzada la década de los años noventa y conservó hasta hace poco la llamada *autorización administrativa*, mediante la cual podía intervenir en las decisiones fundamentales del operador. Actualmente el control de Telefónica esta en manos de un núcleo duro de inversionistas españoles.

Por su parte, en México el gobierno de Carlos Salinas de Gortari favoreció al consorcio mexicano Grupo Carso, de la familia Slim, en asociación con la entonces Southwestern Bell de EE.UU. y France Telecom para obtener el control de Teléfonos de México.

En ambos países se les concedió a los ahora operadores nacionales privados un periodo de exclusividad para desempeñarse como monopolios en el mercado.

Tanto en España como en México, al no existir compromisos para abrir de manera inmediata su mercado a la competencia, sus respectivos gobiernos pudieron mantener ciertas políticas proteccionistas en el sector telecomunicaciones. En el caso español, la Comunidad Europea daba ciertas prerrogativas a los países tecnológica y económicamente más atrasados para liberalizar su sector telecomunicaciones, estableciendo plazos graduales para que esto sucediera.

En México a pesar de que se estaban firmando una serie de acuerdos comerciales que obligaban a la apertura a la competencia en muchas industrias, en materia de comunicaciones, lo que se negoció sólo se limitó a garantizar la provisión de los servicios a los socios comerciales, tal fue el caso del TLCAN. Mientras que en el marco de la OMC como en su momento se vio, los acuerdos de liberalización a los que se comprometieron los países entraron en vigor hasta 1997, y aún en estos acuerdos los países han mantenido

ciertas reservas para permitir ya sea la competencia o la entrada de inversión extranjera.

Por lo tanto, en el mercado español como en el mexicano, la competencia ha entrado de manera gradual, favoreciendo la posición privilegiada de Telefónica y Telmex, tal y como se puede observar en el Cuadro 12. El primer segmentó que se liberalizó fue el de equipos terminales.

Cuadro 12. Entrada de la competencia en el mercado telecomunicaciones de España y México

País	Fecha de apertura	Segmentos de Mercado
España	1987	Equipos Terminales
	1993	Servicios de transmisión de datos
	1994	Telefonía Móvil. Se otorga segunda licencia a la empresa Airtel
	1997	Telefonía fija. Se otorga segunda licencia a la empresa Retevisión
	1998	Se permite a las operadores de cable brindar servicios de telefonía
	1998	Se otorga tercera licencia de telefonía básica al consorcio Lince (Uni2) en donde participa France Telecom
México	1988	Equipo Terminal
	1987	-Se crea un mercado de telefonía móvil, el cual se divide en 9 regiones, en las cuales existen dos licencias, en cada una de las cuales Telmex recibió una.
	1989	-Se introduce competencia en telefonía celular
	1996	Servicios de larga distancia
	1998	Se otorgan licencias para telefonía local
	2003	-Acuerdo de Convergencia. Permite a los operadores de cable brindar servicios de telefonía.
	2006	-Acuerdo de Convergencia. Permite a todos los operadores tanto de telefonía como de televisión y audio restringidos brinden servicios propios de la convergencia.
	2010	Licitación de hilos de fibra óptica

Elaboración Propia con datos de Álvaro Escribano Sáez, Antonio García Zaballos, Patricia González Gómez, Fco. Rosas Balbotín, Judith Mariscal y Eugenio Rivera

En el caso de la telefonía móvil, la entrada de nuevos participantes al mercado estuvo muy controlada. En España, la entrada de un segundo operador se dio hasta 1994. En México desde 1987 se dividió el mercado, pero fue dos años después cuando se abrió a la competencia; sin embargo, sólo Telmex recibió licencia para operar en todo el territorio

nacional.

En los segmentos de mercado que en ese entonces tenían más peso como la telefonía fija, tanto local como de larga distancia, el ingreso de nuevas empresas fue más lento y se presentaron más dificultades. En España, las autoridades reguladoras permitieron, en un primer momento, la participación de un segundo operador de carácter nacional, pero fue hasta que se cumplieron los periodos de apertura en el marco de la Unión Europea cuando se permitió la participación de inversión extranjera en el sector.

En México, aunque como se observa en el Cuadro 12, se otorgaron licencias para operar servicios de larga distancia y posteriormente de telefonía local, las empresas no comenzaron a operar plenamente en el mercado sino tiempo después, debido a las dificultades que enfrentaron para interconectarse a la red de Telmex, y a la falta de reglas claras por parte de las autoridades para establecer las condiciones de competencia.

Los organismos gubernamentales encargados de vigilar el comportamiento del mercado, específicamente la competencia, se crearon al mismo tiempo en que inició el proceso de apertura del mercado; no hubo un marco institucional que delineara y condujera el desarrollo del sector con antelación a la apertura del mercado. En México la ausencia de instituciones posterior a la privatización del operador es mucho más evidente que en España.

Hasta 1996 se promulgaron las leyes generales de regulación del sector y se crearon autoridades especializadas; en España la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones y en México la Comisión Federal de Telecomunicaciones, ambos son órganos administrativos desconcentrados de los ministerios o secretarías de comunicaciones; es decir, no son totalmente autónomos.⁷⁵

⁷⁵ Álvaro Escribano Saéz, Antonio García Zaballos y Patricia González Gómez. "Análisis Económico de las Telecomunicaciones en España: Fortalezas y Debilidades" en **ICE Infraestructura, Transportes e Industrias Red**, No, 808, julio 2003, pp. 73 y 74

Esto obedeció más a los compromisos contraídos por estos países tanto en el marco de la OMC, y en el caso de España para cumplir con los plazos de los acuerdos de la Unión Europea. Posteriormente se han dado una serie de reformas en los dos países para reforzar las condiciones de competencia en el mercado, así como para lograr desarrollar condiciones adecuadas ante la convergencia de servicios.

Actualmente, en ambos países se mantienen estructuras de mercado con un alto nivel de concentración, en donde Telefónica y Telmex/América Móvil, siguen siendo los operadores dominantes en sus respectivos países. Tan sólo en México, las empresas de Carlos Slim cuentan con una participación de cerca del 75% del mercado.

En España por su parte, si bien existe gran concentración, Telefónica se ha enfrentado a una mayor competencia por parte de operadores ya no sólo nacionales, sino extranjeros, como Vodafone, sólo que esta vez la competencia se da a nivel regional.

Aunque estas estructuras han derivado en costos para los usuarios de los servicios, sin lugar a dudas les han permitido a ambos operadores hacerse de los recursos y capacidades suficientes para expandir sus presencia a nivel internacional. Como se señaló en el marco teórico una de las condiciones que identifican algunos estudiosos para que las empresas inicien su proceso de internacionalización es el grado de dominio que una firma alcanza en su mercado origen, ya que busca explotar las ventajas competitivas que ha desarrollado en otros mercados o a mayor escala para aumentar sus beneficios.

Cabe señalar que en el caso de Telefónica, fue el propio Estado español el que impulsó la internacionalización del operador, ya que cuando la empresa inició su expansión hacia la región de América Latina a principios de los años noventa, el gobierno aún contaba con una participación y control importante dentro del operador, por lo que para algunos autores, el proceso de internacionalización de Telefónica puede ser entendido como una política económica.

El caso de la internacionalización de Telmex obedece más a la necesidad por parte de la empresa por expandir su mercado ante el estancamiento en el crecimiento del mercado mexicano; pero también es considerado una medida de supervivencia por parte de la empresa ante la entrada de empresas extranjeras a México.

En el siguiente apartado se identifican algunas de las ventajas competitivas que han desarrollado estas empresas y que les han permitido dominar el mercado regional en América Latina.

3.3. Ventajas competitivas de Telefónica y América Móvil/Telmex

Como se ha visto en los apartados anteriores, los procesos de reforma en España y México, privilegiaron la formación de “campeones nacionales”. En ambos casos los procesos de apertura de mercado se dieron de forma gradual y favorecieron la posición privilegiada de los operadores, lo que les ayudó a obtener recursos y cierto tipo de capacidades y habilidades para iniciar sus procesos de internacionalización.

Podemos identificar una serie de ventajas que comparten ambos operadores. Estas ventajas son de tipo interno (*ventajas de propiedad*); es decir, las que desarrolla la firma por medio del aprendizaje y obtención de recursos de su actividad, y las segundas son ventajas de tipo externo; es decir, aquellas oportunidades y condiciones que se le presentan a la firma en los ambientes en donde opera (*ventajas de localización*). Ambos tipos de ventajas, permiten a las empresas diseñar las estrategias de negocios necesarios para alcanzar ciertas metas y beneficios.

En el caso de los operadores de telecomunicaciones aquí estudiados, podemos identificar ventajas de ambos tipos. En lo que se refiere a ventajas externas o de localización, ya hemos hablado de las condiciones institucionales favorables que se crearon en su país de origen para mantener un dominio sobre el mercado nacional, y así obtener recursos suficientes para su expansión; en el caso específico de Telefónica de

España, algunos autores han señalado el hecho de que el propio Estado fue el impulsor directo de la inversión extranjera directa realizada por esta empresa, porque cuando comenzó su proceso de expansión aún contaba con participación y decisión dentro de la empresa.

Además de las condiciones que existen al interior de sus países de origen, ambas empresas encontraron oportunidades ante la apertura que se dio en otros países, ya que como se señaló en el marco teórico al hablar de los factores de expulsión y atracción de inversión extranjera directa, en las últimas dos décadas se han implantado una serie de políticas que favorecen a la IED, incluso en aquellos sectores que se consideraban de interés público y soberano.

Algo fundamental fue la forma en que se llevó a cabo el proceso de privatización de los operadores en la gran mayoría de los países latinoamericanos, tanto de los que se privatizaron a principios de la década de los noventa como los que se privatizaron de manera tardía.

A diferencia de España y México, algunos de los gobiernos de estos países decidieron fragmentar a sus operadores; es decir, crear varias empresas que operaran en zonas geográficas distintas o en diferentes segmentos de mercado; esto facilitaba el ingreso de empresas como Telefónica y Telmex/América Móvil, en los distintos momentos en que se internacionalizaron. En otros países decidieron mantener grandes operadores; no obstante, no se establecieron límites para que los inversionistas extranjeros obtuvieran el control de las empresas.

El objetivo de la política industrial dentro de este sector, para muchos de estos países latinoamericanos no fue, como en España y México, mantener y apoyar el desarrollo de grandes empresas nacionales, sino más bien acelerar la modernización del sector y atraer inversión extranjera directa.

La difícil situación económica por la que atravesaron muchos de los países de la región, los llevó a implantar medidas de liberalización económica urgentes; por una parte, buscaban reactivar su economía e insertarse en la nueva dinámica internacional pero, por otra parte, también obedecieron a presiones y demandas externas de otros países industrializados en el momento de celebrar tratados comerciales a cambio de acceso a sus grandes mercados, y también por presión de organismos internacionales para implementar este tipo de medidas, como condición para poder obtener préstamos o ayuda para el desarrollo.

Además de las facilidades que dieron estos gobiernos para que empresas extranjeras adquirieran sus operadores de telecomunicaciones, también se les brindaron ciertas prerrogativas; por ejemplo, algunos recibieron como sucedía en España y México, periodos de exclusividad para que operaran como monopolios privados y, en donde se establecían regulaciones en materia de competencia, estas eran laxas, o permitían un amplio rango de acción y concentración de mercado para estos nuevos operadores.

Es así como en ciertos países, estos operadores además de ofrecer servicios de telefonía ya sea fija o móvil, han ampliado su participación en otros segmentos de mercado como la televisión por cable, en donde han alcanzado posiciones importantes, un ejemplo de ello es Telmex en Colombia, que en los últimos años ha adquirido diversas empresas de TV por cable, llegando a dominar el 58% de este segmento de mercado en este país.

Casi todos los negocios en los que participan tanto Telefónica como Telmex/América Móvil ofrecen una variedad de servicios convergentes (telefonía local, telefonía celular, banda ancha fija y móvil, contenidos de Internet, call centers, televisión de paga por cable y satelital, servicios corporativos etc.); a través de distintas subsidiarias, cada una de las cuales suele tener un porcentaje importante de participación en el mercado.

Lo anterior se combina con otras características propias de los mercados en los que opera, siendo una de las principales el potencial de crecimiento del mercado; en algunos segmentos como la banda ancha existe poca saturación entre la población, y en aquellos en donde se ha logrado una amplia cobertura como la telefonía móvil, aún existe una fuerte demanda, no sólo de los servicios de voz, sino de servicios de valor agregado.

Otras ventajas que tienen las empresas en la región son la afinidad cultural, principalmente la lingüística, así como cierta cercanía y conocimiento de las costumbres y gustos del mercado, que les permite diseñar estrategias de mercadotecnia más eficientes; el conocimiento de las prácticas de negocios y por ende la habilidad de operar en países con condiciones o problemáticas políticas, económicas y sociales similares a las de su país de origen, esto ha sido, en especial, una ventaja de los operadores mexicanos.

La ventaja cultural es considerada un elemento importante, al explicar el éxito alcanzado por estas empresas hispanoamericanas, frente a las empresas norteamericanas y otras empresas europeas, que en años anteriores buscaron tener una participación más importante dentro de estos mercados.

Estas ventajas externas si bien, brindan oportunidades de negocio favorables, no serían lo suficientemente bien explotadas si las propias empresas no contaran con cierto tipo de capacidades y recursos propios. Tanto Telefónica como Telmex/América Móvil cuentan con ventajas internas que les han permitido mantener cierta posición en el mercado regional frente a otras empresas.

Cuadro13. Ventajas de Propiedad de Telefónica yTelmex/América Móvil

Ventaja	Tipo de activo	Telefónica	Telmex/América Móvil
Estructura de Propiedad	Intangible	Diversos Accionistas Accionistas mayoritarios: BBVA, <i>La Caxia</i>	Familiar: Familia Slim en asociación con AT&T (antes SBC)
Estructura de Organización	Intangible	Integración de los negocios móviles y fijos Horizontal/ Gestión regional	Integración de negocios móviles y fijos Jerárquica pero flexible
Conocimiento del mercado	Intangible	-Afinidades culturales: lengua	-Afinidades culturales: lengua, situación política y económica similar a país de origen.
Desarrollo y oferta de productos o paquetes especiales para distintos sectores de la población	Intangible	Servicios de prepago Servicios integrados o complementarios (paquetes o <i>triple play</i>) Servicios corporativos	Servicios de prepago Servicios integrados (paquetes o <i>triple play</i>) Servicios corporativos
Recursos Financieros	Tangible	Alto nivel de liquidez	Alto nivel liquidez
Tecnología	Tangible/Intangible	Telefónica I&D: -Desarrollo de nuevos productos -Nuevos sistemas de gestión de redes -Mejoras a los equipos -Filiales en México y Brasil	Inttelmex: -Capacitación de personal -Adaptación de tecnología -Formación de profesionales en tecnologías de la información (Inttelmex IT)
Capacidad de Gestión	Intangible	Relación con importantes funcionarios (ver Cuadro 17)	Relación con importantes funcionarios

Elaboración propia

Las ventajas de propiedad de las empresas se refieren a aquellas capacidades con las que cuenta la firma para competir en el mercado; éstas se manifiestan por la posesión de activos tangibles o recursos materiales, e intangibles o habilidades y conocimientos. En el Cuadro 13 se muestran las ventajas de propiedad con las que cuentan ambos operadores estudiados.

La primera de las ventajas de propiedad que se pueden identificar, se encuentra en la estructura de propiedad de las empresas, ambos operadores se encuentran controlados por un reducido grupo de inversionistas. En el caso de la empresa española, Telefónica, desde su privatización quedo bajo el control de un grupo duro de instituciones financieras españolas, como lo es el grupo financiero Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) y la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona *La Caixa*; por su parte los operadores mexicanos se encuentran controlados por la Familia Slim, en alianza con la empresa norteamericana AT&T.

Lo anterior, permite a ambas empresas una administración eficiente, ya que el proceso de toma de decisiones y acuerdos entre inversionistas, se vuelve más flexible y rápido. Aunque esto se vuelve particularmente importante y eficaz en el caso de las firmas de telecomunicaciones mexicanas, ya que al estar bajo control familiar la toma de decisiones es mucho más sencilla, lo que les permite actuar con rapidez ante cualquier imprevisto o cambio de condiciones en el ambiente en el que operan, y realizar los cambios necesarios en las estrategias.

Cuadro 14. Principales accionistas de Telefónica 2009

Accionistas	Total		Participación directa		Participación indirecta	
	%	Acciones	%	Acciones	%	Acciones
BBVA	5,543%	252.999.646	5,543%	252.999.646	0%	0
La Caixa	5,170%	235.973.505	0,005%	253.024	5,165%	235.720.481
Capital Research and Management Company	3,167%	144.578.826	0%	0	3,167%	144.578.826
Blackrock Inc.	3,883%	177.257.649	0%	0	3,883%	177.257.649

Fuente: http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/accion/participaciones.shtml

Cuadro 15. Accionistas Mayoritarios en Telmex Internacional

	Acciones AA(1)		Acciones A(2)		Acciones L(3)		Porcentaje(4)
	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	De Acciones De voto
Carso Global Telecom(5) (6)	6000.0	73.9%	92.1	22.9%	4,792.9	49.5%	71.5%
AT&T Internacional (5)	1,799.5	22.2%	-	-	-	-	21.1%

(1) Al 18 de mayo de 2009, 8,115 millones de acciones de la Serie AA se encontraban emitidas, representando 95.3% del total de las acciones con derecho a voto (acciones de la Serie A y de la Serie AA).

(2) Al 18 de mayo de 2009, 402 millones de acciones de la Serie A se encontraban emitidas, representando 4.7% del total de las acciones con derecho a voto (acciones de la Serie A y de la Serie AA).

(3) Al 18 de mayo de 2009, 9,689 millones de acciones de la Serie L se encontraban emitidas.

(4) Acciones de la Serie A y acciones de la Serie AA.

(5) Los titulares de acciones de la Serie A y de la Serie AA tienen derecho a convertir una porción de dichas acciones a acciones de la Serie L, sujeto a las restricciones previstas en nuestros estatutos.

(6) Conforme a reportes de beneficiarios efectivos de nuestras acciones ingresados ante la SEC. Para efectos de comparación, el porcentaje de cada clase es calculado con base en el número de acciones de la Serie L emitidas al 18 de mayo de 2009. Fuente: Informe Anual 2008 pág. 79

Cuadro 16. Accionistas Mayoritarios en América Móvil

	Acciones AA		Acciones A		Acciones L		Porcentaje
	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	Número de Acciones (millones)	Porcentaje de la Serie	De Acciones De voto
Fideicomiso de Control (1)	5,446	46.5%	--	--%	--	--%	44.7%
AT&T Inc. (2)	2,869	24.5	--	--%	--	--%	23.4
Inmobiliaria Carso(3)	696	5.9	--	--%	--	--%	5.7

(1) Con base en los informes de participación accionaria ante la SEC el 17 de marzo de 2009, el Fideicomiso de control es un fideicomiso mexicano que detenta Acciones Serie AA para beneficio de la Familia Slim. Los miembros de la Familia Slim, incluyendo al señor Carlos Slim Helú, son propietarios directos de un total de 1,779,218,535 acciones serie AA y 2,602,886,695 acciones serie L que representan respectivamente el 15.19% y el 12.49% del total de las acciones con derecho a voto. De acuerdo con dichos informes, ningún miembro de la Familia Slim es titular, en lo individual, de más del 5% de las acciones representativas del capital social de la compañía. De acuerdo con los informes de participación accionaria presentados ante la SEC el 17 de marzo de 2009, se puede considerar que la Familia Slim ejerce el control de la compañía a través de las acciones afectadas al Fideicomiso de Control, de Inmobiliaria Carso y de la titularidad indirecta de las acciones.

(2) Con base en los informes de participación accionaria presentados ante la SEC el 20 de junio de 2008. De acuerdo con las leyes mexicanas, AT&T es dueño de las acciones serie AA a través de un Fideicomiso Mexicano L.

(3) Inmobiliaria Carso S.A. de C.V., es una sociedad anónima de capital variable constituida conforme a las leyes de México. Inmobiliaria Carso es una sociedad controladora perteneciente a la industria inmobiliaria. La Familia Slim es titular, directa o indirectamente de la mayoría de las acciones con derecho a voto de Inmobiliaria Carso. Se considera que los miembros de la Familia Slim comparten la titularidad de todas las acciones Serie A, Serie AA y Serie L que son propiedad de Inmobiliaria Carso y otras entidades mexicanas. Se puede considerar que la Familia Slim ejerce el control de la Compañía. A través de las acciones afectadas al Fideicomiso de Control, de Inmobiliaria Carso y de la titularidad directa de acciones.

Fuente: <http://www.americamovil.com/index.htm>

La segunda ventaja que se identifica es la estructura organizacional de la empresa, especialmente relevante con Telefónica, la cual se organiza de una forma horizontal; y aunque este tipo de organización suele ser característico de la mayoría de las empresas que se desempeñan en los servicios, debido a la autonomía que cada una de sus subsidiarias debe de tener para obedecer a las demandas de los mercados en que opera, en esta empresa española, las estructuras jerárquicas son mínimas, de tal forma que los principales órganos de decisión y de gestión de la empresa se encuentran estrechamente ligados (ver Figura 1).

Figura 1. Estructura de Organización de Telefónica de España



Fuente: Página de telefónica http://www.telefonica.com/es/about_telefonica/html/estrucorganiz/estrucgrupo.shtml

Lo que más llama la atención de la organización de la empresa es la gestión regional. Este tipo de organización se vuelve más eficiente en el caso de una firma con presencia en más de una región, como la tiene Telefónica, o “biregionales” (*bi-regional firm*) como las clasifica Alan Rugman.⁷⁶ El objetivo de ello, como la propia empresa afirma, es “profundizar su enfoque al cliente y aprovechar su escala”. Esto quiere decir que busca

⁷⁶ Alan Rugman, *op. cit.*

explotar las economías de escala que se generan, al brindar su servicios dentro de lo bloques regionales en los que tiene presencia.

En el caso de Telmex y América Móvil, la estructura organizacional es un tanto más compleja; a pesar de que cada filial de la empresa tiene autonomía para obedecer a las necesidades de los mercados en los cuales operan, la toma de decisiones se encuentra mucho más centralizada, debido a que, como es característico de muchas corporaciones y grupos empresariales latinoamericanos, al ser controlados por familias, en este caso la familia Slim, la estructura se encuentra más jerarquizada. Lo anterior, no significa que no sea una estructura flexible, como vimos arriba, a pesar del control sobre la gestión que tiene un grupo reducido de inversionistas sobre la firma, suele convertirse en una ventaja, más que en un obstáculo. Además de que han emprendido una serie de ajustes para operar de forma más eficiente sus negocios, aprovechando las sinergias que en ellos se generan.

Tanto Telmex como América Móvil han hecho cambios en la forma en como organizan sus negocios, como en su momento vimos; dependiendo de las circunstancias en las que se encuentre el desarrollo y la dinámica de los negocios, gestionan de manera separada un segmento de mercado o, como recientemente se ha visto, han decidido fusionarse ante la convergencia que existe a nivel regional en sus negocios, para mantener estrategias conjuntas que les permitan consolidar su posición en el mercado.

Una tercera ventaja competitiva con la que cuentan los operadores es su habilidad para desarrollar productos especiales para mercados emergentes; aunque ambos ofrecen productos similares, los dos operadores hispanoamericanos son capaces de diseñar su oferta de servicios para orientarlos hacia aquellos sectores de la población de bajos recursos, adaptándose con relativa facilidad a las necesidades de comunicación. Lo anterior, no significa que no puedan ofrecer otra clase de servicios más avanzados, en este tipo de mercados en donde existen grandes desigualdades, su oferta de servicios se encuentra muy diferenciada, y llegan a ofrecer servicios integrados en “paquetes” o *triple*

play (telefonía, internet, televisión), para clientes con mayor poder adquisitivo u otras necesidades de comunicaciones.

Otra ventaja competitiva interna con la que cuentan estos operadores hispanoamericanos es el amplio acceso a recursos financieros para invertir en el mantenimiento y modernización de sus redes, así como para las adquisiciones que han llevado a cabo. La principal fuente de financiamiento la obtienen de sus ingresos, ya que por el sector en el que operan, se caracterizan por tener un alto nivel de liquidez, además de que la posición dominante de la que han gozado en sus países de origen y en otros países les ha permitido obtener rentas altas.⁷⁷

Lo anterior les da también amplio acceso a crédito, porque tienen la facilidad de obtener préstamos de las instituciones financieras y bancarias, además de que cuentan con una posición importante en los mercados financieros, al ser sus acciones de las más intercambiadas y con un alto valor.⁷⁸ Los mercados de capitales, tanto para Telefónica como para Telmex, se convierten en fuente de recursos financieros como de ganancia, como lo han sido para muchas otras empresas en los últimos años.

Aunque dentro del sector de telecomunicaciones existe una separación entre los fabricantes de equipo y tecnología y los operadores, los cuales brindan los servicios; es indudable que los operadores hispanoamericanos tienen un gran conocimiento tecnológico, producto de la experiencia de haber enfrentado parte de la modernización de las redes, tanto en sus países de origen, como en aquellos en donde ganaron las

⁷⁷ Por ejemplo, en el caso de Telefónica, la calificadora Standard&Poors ha evaluado la liquidez del operador español como adecuada. En junio de 2010 reportó un efectivo bruto y equivalentes por un monto de 7, 900 millones de euros e inversiones al corto plazo de 1, 600 millones de euros. Lo mismo sucede con América Móvil, esta misma empresa calificadora señala que su liquidez es adecuada, a finales de 2009 reportaba un monto de efectivo disponible de 59, 000 millones de pesos y líneas de crédito comprometidas hasta 2011. Consultado: <http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/es/la/page.article/2,1,1,2,1138218721253.html> y <http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/es/la/page.article/2,1,3,0,1204841117529.html>

⁷⁸ No obstante, la actual crisis económica mundial y específicamente la crisis que atraviesa España, ha afectado la posición de sus principales empresas en los mercados financieros; Telefónica, en particular, ha reportado índices negativos en cuanto al valor y rentabilidad de sus acciones en los últimos meses.

concesiones de los operadores públicos durante los procesos de privatización en los países de América Latina en los que participaron. Esto les ha brindado la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos que se presentan en el sector.

En el caso de Telefónica, cuenta con una subsidiaria dedicada específicamente a la investigación y desarrollo, llamada Telefónica I&D, que es considerada el centro privado más grande de España que realiza este tipo de actividades. Fue creada en 1988, cuando aún la empresa era controlada por el Estado, con el objetivo de modernizar el sector, y convertirlo en uno de los más dinámicos de ese país.

Aunque Telefónica I&D tiene convenios de colaboración con diversos tipos de instituciones como universidades, institutos y otras empresas, sólo tiene filiales en dos países más, México⁷⁹ y Brasil. Además, se encarga del desarrollo de nuevos productos, así como de nuevos sistemas de gestión de las redes, y mejoras en los equipos. En conjunto Telefónica destinó a las actividades de I&D en el año 2008 cerca de 668 millones de euros.⁸⁰ No obstante, la subsidiaria generó 234 millones de euros de ganancia.⁸¹

En el caso de América Móvil, no existe una subsidiaria parecida, pero si cuentan con áreas dedicadas al estudio de los avances tecnológicos, para su adopción. En el caso específico de Telmex, cuenta con el Instituto Tecnológico de Teléfonos de México (Inttelmex), el cual si bien ha llegado a fungir como centro de información tecnológica para la empresa, al estudiar y dar seguimiento a las nuevas tecnologías y aplicaciones, tiene más bien como función esencial la capacitación de los trabajadores.⁸²

⁷⁹ En México la filial de Telefónica I&D opera desde 2004, y su principal función es apoyar en la mejora de las redes de la empresa, el desarrollo de los sistemas utilizados para gestionar sus servicios, no sólo para México, sino para toda la región de Centroamérica, además de crear nuevos productos para esos mercados. *Informe Anual Telefónica I&D 2008*, p. 48

⁸⁰ *Informe Anual Telefónica I&D 2008*, p. 9

⁸¹ Según datos de Telefónica I&D, participa en 202 proyectos financiados por administraciones públicas, en 102 en la Unión Europea en colaboración con otras organizaciones y tiene acuerdos de colaboración con 101 empresas. A lo largo de la historia a registrado cerca de 50 patentes y ha registrado 210 desarrollos sw, *Ibidem*

⁸² El Instituto Tecnológico fue creado por la empresa para cumplir con el Convenio de Calidad, Productividad y Capacitación para la modernización de Telmex, ya que una de las promesas del gobierno de Carlos Salinas al Sindicato de Telefonistas fue no eliminar puestos de trabajo como consecuencia de

El Inttelmex fue creado en 1991 con el objetivo de actualizar a los trabajadores de la empresa en el conocimiento de nuevas tecnologías, nuevos procesos y sistemas de información.⁸³ Se puede decir, que la principal aportación de este instituto a la empresa radica en la mejora de la productividad del capital humano de la empresa, que se convierte también en una ventaja competitiva, ya que el aumento de productividad refleja un funcionamiento eficiente de la firma, además de que, entre mejor capacitados se encuentren sus empleados o trabajadores, la adopción de tecnología o el impulso de nuevos procesos se hace más rápido.

Sin embargo, a pesar del aumento de la escolaridad y productividad de los trabajadores de la empresa, éste no se ha visto del todo reflejado en los beneficios salariales que estos reciben; asimismo, estos no se encuentran involucrados directamente en la manipulación y desarrollo de las tecnologías más avanzadas, ya que estas son proveídas por firmas externas a la empresa, que tiene su propio personal capacitado.

Esto puede ser una diferencia en comparación con Telefónica, el cual al tener una subsidiaria especializada en actividades de investigación y desarrollo, puede generar la capacidad de involucrar a sus empleados en un mejor uso y manejo de las nuevas tecnologías, lo que ayuda a mejorar no sólo el funcionamiento de sus redes y sistemas sino de los servicios que ofrece, y tal vez adaptarse de una forma más rápida ante los cambios tecnológicos y menos dependiente de sus proveedores.

El proyecto más ambicioso de Telmex actualmente es el llamado Inttelmex IT, el cual se enfoca a la formación de especialistas en tecnologías de la información, y no

la privatización, pero a cambio, los trabajadores se comprometían a adaptarse a las nuevas condiciones laborales y tecnológicas del sector. Además, el Inttelmex le ayudaría a la empresa a cumplir con los compromisos del Título de Concesión en materia de capacitación, adiestramiento, investigación y desarrollo tecnológico. Roberto Wilde G. *Formación profesional y sindicalismo en México*. **Boletín Cinterfor**, No. 144, septiembre-diciembre 1998, pp. 123-124.

⁸³ En un estudio, Mariscal y Rivera señalan que en 1990 el nivel promedio de escolaridad de los trabajadores de Telmex era de 6 años, pero para 2006, este había incrementado a 15 años, lo cual refleja en cierta manera los logros del Inttelmex en esta área. Judith Mariscal y Eugenio Rivera, *Regulación y competencia en las telecomunicaciones mexicanas*, **Serie Estudios y Perspectivas**, No. 83, Junio 2007, CEPAL subsección México, p. 10

solamente está dirigido a empleados de Telmex, sino a los profesionistas en general, que trabajen o se encuentren interesados en el área.⁸⁴ Se podría ver como el primer intento de esta empresa por invertir en capital humano capaz no sólo de adoptar y adaptar nuevas tecnologías, sino de generar nuevos desarrollos y aplicaciones.

A pesar, de las distintas formas en como ambos operadores se han acercado a las tecnologías de las telecomunicaciones y las han manejado, es indudable que han desarrollado una serie de conocimientos y habilidades, que los hace capaces de competir a nivel internacional.

Por último, ambos operadores cuentan con una gran capacidad para establecer relaciones públicas, tanto con otras empresas, como con las autoridades y, de este modo, desarrollar negociaciones y vínculos con servidores públicos con el objetivo de influir en la toma de decisiones de éstos al momento de otorgar permisos o concesiones en materia de licitación del espectro radioeléctrico en el caso de la telefonía móvil o, para obtener la autorización para llevar a cabo operaciones que tengan que ver con la adquisición de empresas e introducirse en nuevos segmentos de mercado, sin que corran el riesgo de ser sancionados por las autoridades de competencia ante una mayor concentración de mercado.

En el caso de Telmex/América Móvil, desde la privatización del operador se han criticado los vínculos y relaciones que los accionistas, en este caso la familia Slim, han mantenido con diversos servidores públicos para verse favorecidos por las políticas y regulaciones. En un primer momento, se ha señalado la estrecha relación entre Carlos Slim y Carlos Salinas de Gortari, cuando el gobierno de este último favoreció al Grupo Carso y sus socios para obtener la concesión en la compra de Telmex, la que se considera

⁸⁴ Inttelmex IT brinda cursos de certificación en diversos temas, una especialidad y maestría en administración de tecnologías de la información, los cuales están avalados por la Secretaría de Educación Pública a nivel nacional y por el Massachusetts Institute of Technology (MIT) a nivel internacional. Este proyecto es parte del programa denominado "Telmex 2010. Impulso a la innovación tecnológica". Telmex, *Informe Anual 2009*, p. 13

una retribución al apoyo económico y político que dio el empresario al expresidente durante su campaña electoral y mandato.

Cuadro 17. Reuniones y negociaciones clave de los directivos de operadores hispanoamericanos con servidores públicos

Operador	País	Fecha	Reunión	Operación realizada
Telmex/América Móvil	Argentina	Mayo de 2004	Carlos Slim/Néstor Kirchner (presidente de Argentina)	Inversión en el mercado para aumentar capacidad tecnológica de subsidiarias.
Telmex/América Móvil	Colombia	Agosto de 2005	Carlos Slim/Álvaro Uribe (Presidente de Colombia)	Participación de capital privado en el operador público.
Telmex/América Móvil	Costa Rica	Enero de 2006	Felipe González/Oscar Arias (presidente de Costa Rica)	Entrada del operador mexicano al mercado.
Telmex/América Móvil	Venezuela	Abril de 2006	Arturo Elías Ayub (funcionario de Telmex) / José Vicente Rangel (Vicepresidente de Venezuela)	Venta de CANTV por parte de Verizon
		Junio de 2006	Felipe González/Hugo Chávez	
Telmex/América Móvil	Brasil	Enero de 2008	Carlos Slim/Luiz Inácio Lula da Silva (presidente de Brasil)	Aumento de inversión en tecnología 3G.
Telmex/América Móvil	Argentina	Noviembre de 2010	Carlos Slim (Felipe González)/Cristina Kirchner (presidenta de Argentina)	Inversión de Telmex/América Móvil, licitación de espectro radioeléctrico y posible autorización para servicios de televisión por cable.
Telefónica	Argentina	Octubre de 2004	César Alierta/Néstor Kirchner (presidente de Argentina)	Mejorar relaciones entre el operador y gobierno por congelación de tarifas.
Telefónica	Colombia	Junio de 2005	César Alierta (presidente de Grupo Telefónica)/Álvaro Uribe (presidente de Colombia)	Ampliar inversiones en el país para participar en Telecom.
Telefónica	Colombia	Abril de 2006	César Alierta/Álvaro	Acuerdo de alianza

			Uribe	entre Telefónica y Telecom. Se confirma participación accionaria.
Telefónica	Argentina	Septiembre de 2006	César Alierta /Néstor Kirchner (Presidente de Argentina)	Compromiso e inversión a largo plazo en infraestructura de banda ancha.
Telefónica	México	Febrero de 2007	Consejo de Administración de Telefónica México/Francisco Gil Díaz (ex secretario de Hacienda)	Designación del político mexicano como presidente de Telefónica México.
Telefónica	Argentina	Febrero de 2009	César Alierta/Cristina Fernández de Kirchner	Planes de inversión y alianza entre Telefónica y Telecom Italia
Telefónica	Brasil	Septiembre de 2010	César Alierta y José Ma. Álvarez-Pallete (directivo filial latinoamericana)/Luiz Inácio Lula da Silva (presidente de Brasil)	Toma de control de Vivo por parte del operador español

Elaboración Propia con datos de diversas fuentes, reportes de prensa de las empresas y fuentes periodísticas (El País, El Universal, América Económica)

Sin embargo, no sólo a nivel nacional los operadores mexicanos mantienen vínculos estrechos con personajes políticos, ya que en el momento en que Telmex/América Móvil inician su proceso de expansión hacia Latinoamérica, se estrecha la relación de Carlos Slim con el ex presidente español Felipe González, quien se desempeña como asesor del empresario mexicano y, gracias a su liderazgo y prestigio, le ha servido como enlace con otras élites políticas de la región (ver Cuadro 17).

Además, es necesario señalar que, durante el gobierno de Felipe González en España se impulsó el proceso de reforma del sector telecomunicaciones, en el que, como se estudió anteriormente, se fomentó la internacionalización de Telefónica. Esto hace que el político español tenga una amplia experiencia sobre la situación del sector en la región.

Son diversas las reuniones y gestiones que el ex presidente español ha organizado entre el empresario mexicano y personajes importantes de la política, incluyendo presidentes. Estas reuniones han coincidido con el interés de los operadores mexicanos por realizar operaciones importantes en esos países.

En el Cuadro 17 se pueden observar algunas de las reuniones que han tenido Felipe González y directivos de los operadores mexicanos con altos funcionarios de países latinoamericanos. Estos encuentros se han dado en momentos claves de la expansión de Telmex/América Móvil.

Por ejemplo, en Argentina son diversas las reuniones que Carlos Slim ha mantenido con los presidentes de ese país durante los últimos años. En un principio, con el fin de hacer gestiones para ampliar su participación en el mercado de la telefonía móvil y, posteriormente, para influir en las decisiones de los gobiernos al momento de la licitación del espectro radioeléctrico. El mercado argentino es uno de los más importantes para los operadores mexicanos, ya que se enfrentan a una dura competencia de Telefónica, que ganó la concesión del entonces operador público, y representó para esta firma una ventaja en ese país.

En Colombia también fueron activas las negociaciones que mantuvo el empresario mexicano con el entonces presidente Álvaro Uribe, especialmente durante el proceso de autorización de participación de capital privado en el operador público de ese país, el cual finalmente fue ganado por Telefónica, su principal competidor. Sin embargo, estas reuniones sirvieron para que las empresas mexicanas tuvieran la oportunidad de ampliar su participación en otros segmentos de mercado, como veremos más adelante.

En Venezuela, las intervenciones tanto de Carlos Slim como de su asesor Felipe González también fueron activas con el fin de que el gobierno de Hugo Chávez les autorizara la adquisición de CANTV, que en ese momento se encontraba bajo el control de la firma estadounidense Verizon; no obstante, por los constantes conflictos que este

operador tuvo con las autoridades venezolanas, el gobierno de Hugo Chávez tomó la decisión de renacionalizar al operador, por lo que la participación de Telmex/América Móvil en esa empresa no se pudo concretar.⁸⁵

En Costa Rica, Carlos Slim sostuvo también reuniones con el entonces presidente Óscar Arias a fin de mejorar sus oportunidades para ingresar al mercado costarricense una vez que fuera aprobado el tratado de libre comercio con EE.UU., a través del cual se negoció la apertura del sector telecomunicaciones. Este país centroamericano ha sido de los pocos que han mantenido el control estatal del operador; si bien no se ha autorizado la privatización de la empresa, sí se está permitiendo la entrada de empresas extranjeras en distintos segmentos del mercado. Recientemente América Móvil pidió autorización al actual gobierno de Costa Rica para brindar el servicio de televisión por cable en ese mercado .

Por su parte, en Brasil una de las reuniones más importantes que mantuvo el empresario mexicano fue en 2008 con el entonces presidente Lula da Silva. El principal objetivo de esta reunión fue el de hacer cabildeo para limitar los efectos de la autorización concedida por Anatel a la alianza estratégica entre Telefónica y Telecom Italia, las cuales son sus principales competidores en ese mercado. En esta reunión se acordó permitir una mayor inversión de la subsidiaria brasileñas de Telmex/América Móvil y ampliar su red para ofrecer servicios de tercera generación y competir de una manera más equitativa con las otras empresas.

Como se puede observar, la labor de cabildeo y negociación que han hecho los operadores mexicanos ha sido más intensa en aquellos países en donde existen mayores obstáculos para su ingreso o expansión; es decir, en donde hay gobiernos que favorecen

⁸⁵ Las autoridades venezolanas decretaron que todas las empresas que anteriormente habían sido controladas por el Estado, estaban obligadas a otorgar jubilaciones justas a todos los trabajadores que perdieron sus empleos durante los procesos de privatización y reestructuración de estas empresas. Una de las empresas más renuentes en acatar dicha decisión fue Verizon que tenía el control de CANTV; además de que tenía constantes demandas por las altas tarifas de sus servicios. Fue así como el gobierno decidió en 2006 renacionalizar al operador.

la participación pública en el sector y un mayor control y regulación de las empresas privadas, así como en los mercados más competidos como el de Brasil, en el cual su rival Telefónica ha mantenido ciertas ventajas.

Fue precisamente, la tendencia ideológica de izquierda con la que se identificaba a Felipe González y sus relaciones con personajes políticos de la región, lo que los operadores mexicanos buscaron a fin de promover, de esta forma, sus intereses con los gobiernos de izquierda que se establecieron en distintos países en la última década.

Lo anterior ha sido duramente criticado por algunos sectores en España, los cuales consideran el apoyo del ex presidente a los operadores mexicanos como una “traición” que limita el desarrollo de Telefónica en el continente americano.

Sin embargo, el operador español también ha logrado realizar una serie de cabildeos que lo han favorecido. Un ejemplo claro está en Colombia en donde logró ganar a Telmex/América Móvil la participación en el operador público, pudiendo concretar una alianza con el Estado colombiano. También en Brasil consiguió que durante el gobierno de Lula da Silva, el regulador Anatel le autorizara la alianza estratégica con Telecom Italia y recientemente la operación de la compra de la participación que tenía Portugal Telecom en Vivo, con lo que tomó el control total del operador móvil, lo que se negoció en la última reunión que realizó César Alierta con Lula da Silva, antes del cambio de gobierno.

En el caso de Argentina, las relaciones entre el operador español y los dos últimos gobiernos, de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, han sido difíciles. Un primer conflicto se desató cuando el gobierno de Néstor Kirchner decidió en 2001 congelar las tarifas de los servicios de telefonía, como parte del plan económico para que el país se recuperara de la crisis que estaba sufriendo, lo que provocó que el operador español demandara al gobierno argentino ante el CIADI del Banco Mundial. Después de una serie de negociaciones la demanda fue retirada.⁸⁶

⁸⁶ Telam. “*Telefónica retira su demanda contra la Argentina ante el CIADI*”, Sección IECO **El Clarín**, 21 de

Otro conflicto surgió cuando Telefónica se convirtió en socio de Telecom Italia, lo cual provocaba que la estructura de la competencia en el mercado argentino se viera afectada por la importante participación que tienen ambas empresas en ese país, motivo por el cual, las autoridades argentinas no autorizaban dicha alianza. Sin embargo, tras una serie de negociaciones por parte de los directivos de la empresa con el gobierno, en octubre de 2010 finalmente aprobaron la alianza, bajo una serie de condiciones.

Se puede decir entonces, que el cabildeo de Telefónica de España en Argentina se ha enfocado a disminuir los conflictos y las diferencias que tiene con los gobiernos de izquierda de los últimos años y cuyo plan de desarrollo del sector muchas veces no coincide con los intereses de esas empresas.⁸⁷

En México, Telefónica ha logrado establecer estrechos vínculos con altos funcionarios, para lo cual desde 2007 nombró a Francisco Gil Díaz como presidente del Consejo de Administración de su subsidiaria en el país. Con esta designación ha buscado, por un lado, aprovechar la experiencia previa de este político mexicano en el sector y, por otro lado, la influencia que tiene todavía ante las autoridades.⁸⁸ Recordemos que durante su desempeño como Secretario de Hacienda promovió ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que se obstaculizará la autorización a Telmex para brindar servicio de televisión de paga.

Octubre de 2009, http://www.ieco.clarin.com/empresas/Telefonica-Argentina-Ciadi-demanda-retira_0_69300026.html

⁸⁷ Estos compromisos tienen que ver básicamente con la autonomía en la administración que mantendrían tanto Telefónica de Argentina como Telecom Argentina a pesar de tener socios comunes. En los últimos meses funcionarios del gobierno han declarado que de no cumplir con los compromisos, se procedería a proponer ante el parlamento la nacionalización de los operadores. Por lo que se entiende que el conflicto aún no está totalmente resuelto. “Autoridades de Argentina cierran investigación sobre Telecom Italia por supuesto monopolio”, Jueves 14 de octubre de 2010 en **América Económica**, <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/autoridades-de-argentina-cierran-investigacion-sobre-telecom-italia-por-supuesto>

⁸⁸ Francisco Gil Díaz se desempeñó como presidente de Avantel de 1997 a 2000, posteriormente se integró al gabinete del gobierno de Vicente Fox como Secretario de Hacienda y Crédito Público; sin embargo, durante su función como secretario continuó promoviendo los intereses de los competidores de Telmex/América Móvil, así como los de otras empresas en distintos sectores, por lo que fue acusado de tráfico de influencias. Angelina Mejía Guerrero, “Francisco Gil Díaz será el nuevo director de Telefónica” en El Universal, Sábado 17 de Febrero de 2007, México, <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/56311.html>

En suma, las relaciones institucionales de estos operadores, especialmente las que concretan con las autoridades y altos funcionarios, se han convertido en un recurso fundamental para ingresar a los mercados y mantener posiciones importantes, e incluso llega a depender de éstas para utilizar y desplegar de manera adecuada las capacidades anteriormente mencionadas.

Es así como las ventajas competitivas asociadas al capital social y político que detentan estos grupos, junto con las condiciones creadas a partir del proceso de reforma y liberalización del sector telecomunicaciones, han favorecido a Telefónica y a Telmex/América Móvil, para que se conviertan en los operadores dominantes de la región.

3.4. El surgimiento de operadores hispanoamericanos multinacionales

Los dos operadores hispanoamericanos han utilizado estrategias de expansión similares, como las adquisiciones y las alianzas estratégicas; al ser las telecomunicaciones un sector en el cual las inversiones en infraestructura son elevadas, la compra de otras empresas ya existentes es la forma más común para que este tipo de firmas ingrese en otros mercados. Los procesos de internacionalización de Telefónica de España y Telmex/ América Móvil toman direcciones similares dentro del continente americano.

Cuadro 18. Proceso de Internacionalización de Telefónica y Telmex/América Móvil

Fecha	Tipo de Operación	Empresa Compradora	País	Empresa
1990	Adquisición	Telefónica	Chile	Compañía de Teléfonos de Chile (CTC)
1990	Adquisición	Telefónica	Argentina	ENTEL
1991	Licencia	Telefónica	Puerto Rico	Larga Distancia
1991	Alianza/Participación accionaria	Telefónica	Venezuela	CANTV
1994	Adquisición	Telefónica	Perú	CPT y ENTEL Perú
1998-99	Adquisición y Alianza estratégica con Portugal Telecom	Telefónica	Brasil	Telesp y Telesudeste
1999	Adquisición	Telmex/América Móvil	EE.UU.	Tracfone
1999	Adquisición	Telmex/América Móvil	Guatemala	Telecomunicaciones de Guatemala (Telgua)
2000	Joint Venture Participa: América Móvil, Bell Canada Internacional y SBC Communications.	Telmex/América Móvil	Brasil Colombia Venezuela	Telecom Americas (Controladora): Americel, Telet, BCP Corcel y Ocel Genesis Telecom
2000	Adquisición	América Móvil	Ecuador	Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones (Conecel)
2001	Adquisición en alianza con SBC Communications	América Móvil	Brasil	Tess
2001	Adquisición	América Móvil	Brasil	Algar Telecom Leste (ATL)
2002	Adquisición	Telefónica	México	Pegaso
2002	Adquisición	América Móvil	Colombia	Comunicación Celular (Comcel)
2003	Adquisición	América Móvil	Colombia	Celcaribe
2003-04	Adquisición	América Móvil	Nicaragua	Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones (Enitel)
2003-04	Adquisición	América Móvil	El Salvador	Compañía de Telecomunicaciones de El Salvador (CTE)
2003-04	Adquisición	América Móvil	Honduras	Servicios de Comunicaciones de Honduras
2004	Adquisición	Telefónica	Diversos Países latinoamericanos	Subsidiarias de BellSouth
2004	Licencia	América Móvil	Uruguay	AM Wireless Uruguay
2004	Adquisición	Telmex	Argentina Chile Colombia Perú	AT&T Latinoamérica
2004	Adquisición	Telmex	Argentina	Techtel LMDS Comunicaciones Metrored Telecomunicaciones S.R.L.
2004	Adquisición	Telmex	Chile	Chilesat
2004-05	Adquisición	Telmex	Brasil	Embratel Participacoes Empresa Brasileira de Telecomunicacoes (Embratel) Star One S.A. PrimeSys Solucoes Empresariais S.A.
2005	Fusión y licencia	Telefónica	EE.UU.	Terra Networks y Telefónica USA
2005	Participación accionaria no controladora	Telmex	Brasil	Net Servicos de Comicao S.A.
2005	Adquisición	América Móvil	Chile	Smartcom S.A.
2005	Licencia	América Móvil	Paraguay	AMX Paraguay
2005	Licencia	América Móvil	Perú	América Móvil Perú S.A.
2006	Adquisición	Telmex	EE.UU.	Cobalt Publishing LLC (Sección Amarilla USA)
2006	Participación accionaria/Alianza	Telefónica	Colombia	Colombia Telecom

2006-07	Adquisición	Telmex	Colombia	Superview TV Cable S.A. y su subsidiaria TV Cable S.A.E.S.P. TV Cable del Pacífico Unión de Cableoperadores del Centro Cablecentro (ahora Network and Operations S.A.) Megainvest Ltda (ahora Megacanales) Comunicaciones Ver TV S.A. (ahora Now Operation S.A.) Satelcaribe S.A. (ahora Cablecaribe) Teledinámica S.A.
2006-07	Adquisición	América Móvil/Telmex	República Dominicana Puerto Rico	Verizon Communications subsidiarias en Latinoamérica
2007	Adquisición	América Móvil	Jamaica	Oceanic Digital Jamaica Limited
2007	Adquisición	Telmex	Argentina	Ertach S.A. (servicios móviles de telecomunicaciones)
2007	Adquisición	Telmex	Chile	Zap Televisión Directa al Hogar Ltda (ahora Telmex TV)
2007	Adquisición	Telmex	Perú	Boga Comunicaciones S.A. (tv por cable) Virtecom S.A. (tv por cable)
Otros países fuera del continente americano				
1997	Alianza y participación accionaria	Telefónica	Portugal	Portugal Telecom
2005	Adquisición	Telefónica	República Checa	Cesky Telecom
2005	Alianza estratégica/participación accionaria	Telefónica	China	China Netcom
2006	Adquisición	Telefónica	Gran Bretaña Alemania	O2
2006	Licencia	Telefónica	Eslovaquia	
2006-07	Alianza/participación accionaria	Telefónica	Italia	Telecom Italia
2009	Alianza/Participación accionaria	Telefónica	China	China Unicom

Elaboración propia con datos de los informes anuales de las empresas y de informes de organismos especializados como la CEPAL.

Como podemos observar en el Cuadro 18, las empresas hispanoamericanas han realizado cerca de 37 operaciones importantes que los han llevado a ampliar su presencia en el continente, de las cuales 29 son adquisiciones y sólo en tres han tenido socios para invertir en las empresas, las demás las han realizado sin ningún socio. Siete de estas operaciones de expansión se realizan como alianzas estratégicas y obtención de licencias para operaciones; estas últimas significan que se han llevado a cabo nuevas inversiones o también llamadas *greenfields*.

Del total de estas operaciones nueve han correspondido a Telefónica y 24 a Telmex/América Móvil. Sin embargo, si tenemos en cuenta la compra de las subsidiarias de BellSouth por parte de Telefónica, las cuales tenían presencia en 10 países, el nivel de participación de la empresa española aumenta notablemente. Lo mismo sucede con la

compra de AT&T Latinoamérica por parte de Telmex, la cual tenía participación en cinco países, así como las adquisiciones de varios operadores de televisión por cable en Colombia.

Se pueden identificar tres etapas durante el periodo en que se han realizado estas operaciones, cada una de las cuales se corresponde con los procesos de reestructuración tecnológica y de apertura a la competencia que se han llevado a cabo en el sector en los últimos años.

La primera, abarca los años de 1990 a 1994, y se identifica con la primera ola de privatizaciones de operadores de telecomunicaciones en el continente de la que se habló en el capítulo dos. En esta etapa fue Telefónica la que tuvo una mayor participación y se adjudicó el control de los operadores públicos, principalmente en países sudamericanos como se puede ver en el Cuadro 18.

Una segunda etapa abarca de 1998 a 2004, y coincide con la segunda ola de privatizaciones en el continente, esta vez en países centroamericanos, así como en Brasil y Ecuador. Asimismo, también coincide con la apertura de muchos mercados a la competencia. En este periodo, son las empresas de Carlos Slim las que toman un papel protagónico y consiguen tener presencia en distintos países, pero no solamente toman el control de operadores públicos, sino también adquieren otras empresas privadas que se dedican a la provisión de servicios de telefonía móvil.

Notéese que América Móvil fue mucho más activa en el proceso de internacionalización de las empresas de Carlos Slim, lo que se explica por el gran crecimiento que comenzó a tener el mercado de la telefonía móvil, situación que buscaron aprovechar las firmas mexicanas. Posteriormente, la empresa que manejaba el negocio de la telefonía fija, Telmex, retomó su proceso de expansión internacional, y actualmente ambos operadores funcionan y se organizan de forma conjunta en la región con el fin de aprovechar las sinergias y en sus negocios.

Una tercera etapa se ubica de 2004 a 2007, periodo en el cual se llevan a cabo la venta de las subsidiarias de operadores norteamericanos. En esta etapa participan tanto Telefónica como Telmex/América Móvil, y podemos decir que es cuando se manifiesta un mayor grado de competencia entre ambos operadores. En estos años, como se observa en el Cuadro 18, el objetivo de ambos operadores se centra en adquirir aquellas firmas que se encontraban dentro de los segmentos de la telefonía móvil y otros negocios complementarios como la televisión por cable o satelital. Lo que buscaron con esas adquisiciones fue introducirse y posicionarse en el mercado de servicios convergentes.

Fue así como en el año 2003, la estadounidense Bell South anunció su decisión de vender sus filiales en América Latina, tanto a Telmex/América Móvil como a Telefónica; sin embargo, fue hasta 2004 cuando finalmente el operador español logró cerrar el trato para adquirir todas las empresas de telecomunicaciones que tenía BellSouth en 11 países de la región, hasta ese momento era el operador estadounidense con mayor presencia en ese mercado.

Para contrarrestar el avance que había adquirido Telefónica en el mercado latinoamericano, Telmex y América Móvil hicieron esfuerzos por lograr el control de las filiales que otras firmas estadounidenses estaban vendiendo en la región; fue así como en 2004 Telmex se hizo del control de AT&T Latinoamérica y posteriormente, en 2006, en conjunto con América Móvil, adquirieron las subsidiarias de Verizon.⁸⁹

Los países en donde los dos operadores han realizado más adquisiciones son: Brasil, Argentina, Chile y Colombia. En el caso del mercado brasileño, país en el que el gobierno fomentó más la competencia, estos dos grupos recurrieron a alianzas con otras empresas para adquirir las diversas firmas en las que se dividió a la empresa pública brasileña y poder tener los recursos necesarios para desarrollar sus negocios en ese mercado, el cual es uno de los más grandes y rentables de la región.

⁸⁹ CEPAL, *Informe de Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe 2007*, Chile, p.143

En el caso de Argentina, Telmex/América Móvil es la empresa que más inversiones ha hecho en años recientes con el fin de hacer frente a Telefónica y Telecom Italia, las cuales controlan a los principales operadores de telecomunicaciones de ese país, y recientemente se convirtieron en socios, por lo que pueden llegar a tener un dominio casi monopolístico del mercado argentino. No obstante, la participación de las empresas mexicanas en los servicios móviles es importante.

En Chile sucede una situación similar a la de Argentina. Telefónica de España ha alcanzado una importante participación, al ser una de las firmas que primero entró al mercado; por lo que la estrategia de adquisiciones de Telmex/América Móvil en ese país también se ha enfocado en los servicios propios de la convergencia.

En Colombia por su parte, ambas empresas han adquirido posiciones importantes; primero Telefónica fue quien consiguió invertir en el principal operador colombiano, Telecom; posteriormente, como respuesta, las empresas de Carlos Slim realizaron una serie de adquisiciones de empresas de televisión por cable para brindar servicios *triple play* y competir con Telefónica.

Como se observa en el Cuadro 18 han sido pocos los países en donde los operadores aquí estudiados han realizado inversiones de tipo *greenfield*, o inversiones nuevas. En esos casos han ingresado mediante la obtención de licencias, ya que las regulaciones limitan la entrada de nuevos participantes en el mercado, tal es el caso de Paraguay y Uruguay en donde aún existen operadores públicos de comunicaciones, y sólo se permite la competencia en ciertos segmentos de mercado como la telefonía móvil.

Aunque en la región latinoamericana, las empresas mexicanas parecen haber alcanzado mayor presencia, es importante notar que en los últimos años Telefónica ha logrado ingresar en mercados fuera del continente americano. En Europa, su región de origen, ha adquirido empresas de telefonía móvil en países como Inglaterra, Alemania y la

República Checa.⁹⁰ En otros países como Portugal o Italia se ha convertido en socio importante de los principales operadores de telecomunicaciones.

Lo anterior sugiere que el objetivo en la expansión del operador español, es ingresar en mercados de mayor valor agregado, en los que a pesar de existir una penetración alta de los servicios entre la población, hay una fuerte demanda por nuevos y mejores servicios, y así no sólo apostar por el potencial de crecimiento de los mercados como sucede en la región de latinoamericana.

Asimismo, está buscando ingresar en el mercado asiático, aunque si bien aún no tiene una presencia plena, ha comenzado a negociar una serie de alianzas con otros operadores chinos. En el año 2005, Telefónica adquirió un 5% de participación accionaria en China Netcom, considerado el segundo operador en ese país. Resulta relevante esta participación porque es la mayor que se le ha permitido hacer a un operador extranjero en ese país. Con esta inversión ambas empresas establecieron un acuerdo de cooperación estratégica para el intercambio de habilidades, experiencias y conocimiento.⁹¹

En el 2009 concretó una alianza con China Unicom, a través de la que se le permitió al operador chino hacer una inversión en Telefónica, la cual es significativa, ya que es la primera vez que una empresa de telecomunicaciones de China adquiere una participación accionaria en un operador europeo.⁹²

Aunque, como ya se dijo, las alianzas que mantiene con los operadores chinos, fijan ciertos objetivos tecnológicos y de intercambio de conocimientos, se deben enmarcar dentro de las metas del operador español por convertirse en un operador de carácter global, ya que a pesar de las barreras de entrada que existen en China en ese sector,

⁹⁰ CEPAL, *Informe de Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe 2007*, Chile, p.144

⁹¹ Josep Valor. *Telefónica acaricia al dragón chino*, en **e-business Center PwC&IESE**, 12 de julio de 2005, http://www.iese.edu/es/files/ART_Valor_Telefonica@China_Jun05_ESP_tcm5-7254.pdf

⁹² I. Castillo, *“Telefónica refunda su alianza en China con un cruce accionarial con Unicom”*, en **Expansión**, 7 de septiembre de 2009, en <http://www.expansion.com/2009/09/06/empresas/telecomunicaciones/1252268892.html>

pueden servir como acercamiento y aprendizaje de la cultura de negocios en la región asiática, para en el futuro, expandir su presencia en un país con un alto potencial de crecimiento en materia de servicios de telecomunicaciones, no sólo porque aún existen poblaciones con bajo nivel de penetración, sino porque el desarrollo económico está haciendo que aumente la demanda de servicios más sofisticados, necesarios para realizar actividades productivas.

Es necesario señalar, que Telmex/América Móvil no han logrado expandir sus mercados más allá del continente americano, a pesar de que han habido varios intentos. En 2007, Telmex en alianza con AT&T intentó adquirir una participación en Telecom Italia; sin embargo, Telefónica ganó esta oferta. América Móvil ha intentado ingresar también en España; en 2005 participó en una subasta por espectro radioeléctrico, pero se retiró argumentando que las condiciones en las que se daba esta operación no eran transparentes; asimismo, hizo una oferta para adquirir participación en el operador español Amena, pero no logró llegar a un acuerdo.⁹³

Una de las razones de este fracaso se encuentra en las condiciones institucionales y de competencia que existen en España que indudablemente favorecen a Telefónica, debido a que las autoridades españolas en materia de comunicaciones mantienen una posición nacionalista y favorecen la presencia de operadores españoles y, en el marco de la Unión Europea, de empresas de esta misma región.

Algo diferente sucede en México, en donde Telefónica sí ha logrado tener presencia en el país de origen de su principal competidor; sin embargo, su participación en el mercado no ha estado exenta de dificultades, ya que no ha podido alcanzar una penetración amplia, debido a que Telmex/América Móvil aún tienen una posición dominante que, como ya se vio, también se ha mantenido gracias a las condiciones

⁹³ Business News Americas. *“Ejecutivo: América Móvil suspende planes de entrar a España”*, miércoles 2 de Junio de 2005, consultado http://www.bnamericas.com/news/telecomunicaciones/Ejecutivo:_America_Movil_suspende_planes_de_entrar_a_Espana

institucionales y de regulación de la competencia que han resultado favorables para este operador.

Las alianzas estratégicas han sido otro importante medio de expansión de ambos operadores hispanoamericanos para posicionarse en el mercado internacional; principalmente les han servido para reforzar y complementar sus capacidades. Los principales objetivos de estas alianzas han sido mejorar su tecnología, complementar los recursos y conocimientos de las empresas para competir en aquellos mercados en donde existe una mayor competencia o donde la estructura del mercado se encuentra más concentrada y las oportunidades de tener una mayor presencia se vuelven más difíciles; además de que, a través de tales operaciones, han buscado también diversificar su oferta de servicios.

En el Cuadro 19 se identifican las 21 más importantes alianzas que han celebrado los dos operadores en la última década; nueve celebradas por Telefónica, once por Telmex/América Móvil, y una en donde participan ambas. La mayor parte de las firmas con las que realizan estas operaciones son europeas y estadounidenses, sólo en algunos casos específicos provienen de otras regiones o países. Estas alianzas estratégicas fueron seleccionadas con base en la influencia que han tenido para mejorar las ventajas competitivas de los operadores a nivel internacional. No obstante, existen diferencias en las tendencias y objetivos de las alianzas que forman cada una de estas firmas.

Cuadro 19. Alianzas Estratégicas de Telefónica y Telmex/América Móvil

Operador	Empresa con la que forma la alianza	País	Año	Objetivo
Telefónica	Portugal Telecom	Portugal	1997-1999	Participación accionaria y <i>joint venture</i> para operar Vivo, principal empresa de telefonía celular en Brasil
	Microsoft	EE.UU.	2002	Desarrollar actividades relativas al ámbito tecnológico y promover y comercializar productos y servicios
	China Netcom	China	2005	Participación accionaria y actividades de investigación y desarrollo tecnológico
	Telecom Italia	Italia	2006-2007	Participación accionaria y compartir capacidades para competir en la Unión Europea y América Latina
	Yahoo	EE.UU.	2007	Ofrecer servicios web de Yahoo a través de los teléfonos móviles de Telefónica en Europa y América Latina
	China Unicom	China	2009	Participación accionaria del operador china en Telefónica Y compartir conocimientos y habilidades para operar en el mercado Europeo y chino.
	Facebook	EE.UU.	2009	Aplicación del servicio de la red social en los teléfonos móviles con servicio del operador español.
	Dell	EE.UU.	2010	Suministros de dispositivos para acceso a internet.
	Grupo Televisa, Megacable	México	2010	Participar en la licitación de hilos de fibra óptica de la CFE
Telmex/América Móvil	SBC (ahora AT&T)	EE.UU.	1990	Participación de capital en Telmex y América Móvil, aportación de conocimiento.
	Prodigy Communications Corp	EE.UU.	1998-1999	Participación de capital y brindar servicios de internet
	Microsoft	EE.UU.	1999	Crear un portal de Internet
	Telvista*	EE.UU.	1997/2001	Participación accionaria y brindar servicios de telemarketing
	Global Crossing	EE.UU.	2004	Uso de infraestructura para tráfico de voz y datos en el continente americano
	Net Servicios de Comunicacao S.A.	Brasil	2005	Participación accionaria y brindar servicios <i>triple play</i>
	Alcatel/SBC International (ahora AT&T)	Francia y EE.UU.	2006	Participación en el capital social de 2Wire, empresa de servicios de banda ancha y contenido a

				pequeñas empresas
	Yahoo	EE.UU.	2007	Ofrecer los servicios de OneSearch de Yahoo (buscador) en América Latina a través de los portales de la operadora.
	Wal Mart Stores	EE.UU.	2009	Ofrecer servicios de telefonía celular de prepago
	Nokia	Finlandia	2009	Comercializar y distribuir servicios de navegación y brindar exclusividad sobre ciertos equipos
	Dish MVS Multivisión	EE.UU. y México	2009	Comercializar servicios de televisión de paga vía satélite
Telefónica/América Móvil	AT&T, Bharti Airtel, China Mobile, China Unicom, Deutsche Telekom, KT, mobilkom austria group, MTN Group, NTT DoCoMo, Orange, Orascom Telecom, Softbank Mobile, Telecom Italia, Telenor Group, TeliaSonera, SingTel, SK Telecom, Sprint, Verizon Wireless, VimpelCom, Vodafone y Wind/LG Electronics, Samsung y Sony Ericsson	Varios Países	2010	Crear plataforma para desarrollo y distribución de aplicaciones móviles, llamada Wholesale Applications Community

*Actualmente es un socio importante de América Móvil, la cual tiene una importante participación en el capital de la empresa de telemercadeo. Desde 2001 forma parte integral de Grupo Carso.
Elaboración propia con datos de la empresa e información emitida por la prensa

En el caso de Telefónica de España se puede observar que cuatro de las alianzas estratégicas que tiene son con otros operadores de telecomunicaciones. A Telefónica, las alianzas con PT y Telecom Italia le han servido para reforzar sus capacidades y competir en el mercado regional europeo, en donde tiene como principales competidores a firmas como Vodafone, France Telecom y Deutsche Telekom, que son considerados de los operadores más importantes no sólo de Europa sino a nivel global.

En el caso de las alianzas ya mencionadas con operadores chinos, si bien tienen como objetivo la cooperación tecnológica, también forman parte de la estrategia de Telefónica por ampliar su presencia en otras regiones del mundo; en Asia se ve atraída por la capacidad de crecimiento de ese mercado.

La otra parte de las alianzas del operador español que identificamos tienen que ver con la introducción en negocios complementarios, tales son las alianzas que ha celebrado con Microsoft, Yahoo y Facebook, con el objetivo de ofrecer aplicaciones o contenido por medio de la red a sus clientes. En el caso de la alianza que recientemente concretó con Televisa y Megacable en México, se propone aumentar su capacidad de negociación frente a las autoridades mexicanas y sus posibilidades para ganar la licitación de hilo de fibra óptica.⁹⁴

En México, en donde existe una estructura de mercado muy concentrada, Telefónica se ha enfrentado con dificultades para ampliar su participación, a pesar de que es el segundo operador dentro del segmento de la telefonía móvil. Es por ello que mediante la licitación de hilos de fibra óptica busca aumentar su participación dentro este mercado, así como ampliar su oferta de servicios; no obstante, para lograr hacer contrapeso a Telmex e incrementar las posibilidades para obtener la licitación, ha sido necesario una alianza con otras empresas mexicanas importantes del sector como Televisa y Megacable.

El caso de los operadores mexicanos es distinto tal y como podemos apreciar en el Cuadro 19. A diferencia de Telefónica, las empresas de Carlos Slim celebran pocas alianzas con otros operadores (sólo dos de las once que se identifican). El mayor número de alianzas estratégicas las han establecido con empresas que se desempeñan en otros segmentos de negocio, pero que le han permitido ampliar su oferta de servicios. Cabe resaltar también que la mayor parte de las firmas con las que entabla acuerdos provienen de Estados Unidos.

Desde su privatización las alianzas con operadores extranjeros han sido fundamentales para Telmex/América Móvil a fin de hacerse de los recursos y conocimientos necesarios para su modernización. La transnacional SBC, ahora AT&T, ha

⁹⁴ Caludia Juárez Escalona. "Forman alianza por fibra óptica de CFE", en **El Economista**, 21 de marzo de 2010, <http://eleconomista.com.mx/corporativos/2010/03/21/forman-alianza-fibra-optica-cfe>

sido la empresa con quien más largo tiempo ha mantenido una alianza, debido a que cuenta con acciones de control junto con la familia Slim, de las empresas mexicanas de telecomunicaciones.

En la década de los noventa Telmex concretó una alianza con Prodigy Communications Corp. para ofrecer servicios de Internet, empresa de origen norteamericano de la que tomaría el control posteriormente. En 1999 concreta una alianza con Microsoft para crear un portal de Internet y realizar otro tipo de contenidos y servicios para la web.

Sobresale también el acuerdo alcanzado entre Telmex/América Móvil y Walt-Mart para comercializar telefonía móvil de prepago en Estados Unidos y en México la concretada con MVS y la norteamericana Dish, para comercializar televisión satelital; con ello busca insertarse en el segmento de la radiodifusión, que hasta ahora Telmex tiene prohibido por la legislación mexicana. De esta forma enfrenta las nuevas condiciones de convergencia en México y en el resto de la región latinoamericana.⁹⁵

En lo que se refiere a las alianzas celebradas para entrar en mercados de difícil acceso, como Brasil, tanto Telefónica como Telmex/América Móvil se vieron en la necesidad de formar acuerdos con otros operadores. En el caso de Telefónica con Portugal Telecom; no sólo para aumentar los recursos financieros, sino porque la empresa lusa contaba con mayores conocimientos y afinidades culturales con ese mercado.

Por su parte, Telmex/América Móvil entró al mercado brasileño en alianza con dos operadores norteamericanos, uno canadiense y su viejo socio SBC, aunque posteriormente adquirió el control mayoritario de las subsidiarias de telefonía móvil en ese país. En algunos otros segmentos, como el servicio de televisión por cable, se mantiene sólo como socio accionario de la empresa Net Serviços de Comunicação, ya que la legislación brasileña impide que un operador extranjero adquiera el control de empresas

⁹⁵ Cuando Telmex fue privatizado, en el Título de Concesión se establece que la empresa no puede brindar servicio de televisión. Actualmente la empresa busca que esta cláusula sea modificada.

de medios de comunicación.

Por otro lado, han existido proyectos de desarrollo tecnológico en donde ambos operadores hispanoamericanos tienen participación, un ejemplo de ello es la reciente formación del consorcio Wholesale Applications Community, en la que tanto operadores como fabricantes de equipo y tecnología realizan esfuerzos conjuntos para desarrollar plataformas tecnológicas y mejorar sus servicios(ver cuadro 19).

De hecho, a pesar de no tener una alianza directa, ambos operadores han llegado a compartir socios en diversas alianzas estratégicas, como lo es el caso de Microsoft, el cual ha mantenido relaciones y acuerdos con los dos operadores en los últimos años.

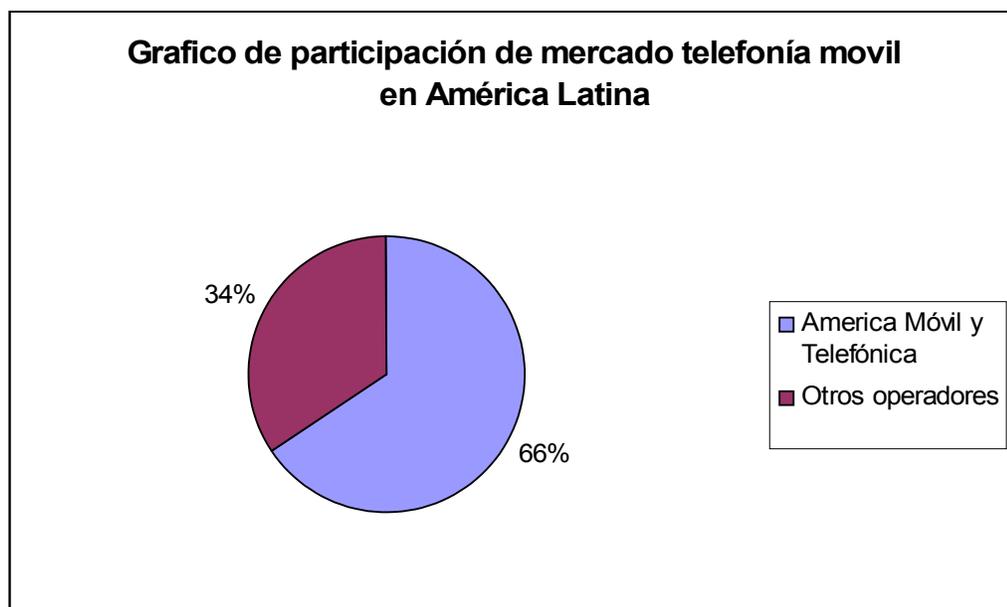
Este tipo de alianzas es común en el sector telecomunicaciones, en donde el desarrollo de tecnología requiere de amplios recursos y capacidades, por lo que la cooperación entre empresas es frecuente, aun y cuando en otras condiciones pueden ser considerados competidores. De ahí el señalamiento de algunos autores de que en este sector existe el riesgo de que se formen acuerdos de tipo oligopólico.

La apertura de los mercados de telecomunicaciones y la difusión masiva de las nuevas tecnologías impulsaron la formación de todas estas alianzas estratégicas celebradas por los dos operadores estudiados. Es así como las alianzas estratégicas tanto de Telefónica como de Telmex/América Móvil con otras empresas han estado enfocadas a diversificar sus servicios y poder insertarse en otros segmentos de negocios, especialmente con aquellos que tienen que ver con la convergencia.

Estas estrategias de expansión llevadas a cabo en la última década, les han permitido a ambos operadores adquirir una participación de mercado en el continente bastante significativa como veremos a continuación.

3.5. Hacia un duopolio de las telecomunicaciones en América Latina. Análisis de la competencia en el mercado de la región

El grado de participación que tienen estas empresas en los mercados donde operan, apunta al desarrollo de una estructura oligopólica en la industria de las telecomunicaciones en el continente. Tan sólo en el segmento de los servicios móviles, que ha sido el de más rápido crecimiento en América Latina, en el año 2009 de los 508 millones de usuarios totales, América Móvil tenía 201 millones de clientes (39.5% del mercado regional), mientras que Telefónica 134. 7 millones (26.5% del mercado). Es decir, entre ambas dominan más del 60% del mercado latinoamericano.⁹⁶



Elaboración propia en base a datos de las propias empresas

En los distintos países en los que operan estas empresas ocupan las primeras posiciones en cuanto a participación de mercado. En los Cuadros 20 y 21 se muestra la participación de mercado que tienen los operadores en el segmento de la telefonía móvil en cada país, en los cuales se observan porcentajes de participación de mercado bastante elevados, principalmente en aquellos en donde ingresaron en condiciones institucionales y

⁹⁶ Informes Anuales de 2009 de las empresas

regulatorias favorables.

Cuadro 20. Participación en el mercado latinoamericano de Grupo Telefónica

País	Empresas Filiales	Segmentos de mercado	Porcentaje de participación
Argentina	Atento Telefónica de Argentina Telefónica Móviles* Argentina Terra Networks Atco Telefé	Call Centers Telefonía fija y banda ancha Telefonía Celular Contenidos de Internet	31.6% 33%
Brasil	Atento Telesp Vivo Brasilcel Terra Networks	Call Center Contenido de Internet Telefonía Celular	30%
Chile	Atento Telefónica Chile Telefónica Móviles Terra Networks Telefónica Móviles Soluciones y Aplicaciones	Call Center Telefonía fija y banda ancha Telefonía Celular Contenidos de internet	43%
Colombia	Atento Telefónica Móviles Telefónica Telecom Terra Networks	Call Center Telefonía Celular Telefonía fija y banda ancha Contenidos de Internet	21% 28%
Ecuador	Otecel (Movistar)	Telefonía Celular	27%
El Salvador	Atento Telefónica Telefónica Móviles Terra Networks	Call Center Telefonía fija Telefonía Celular Contenido de Internet	2.82%
EE.UU.	Telefónica USA Terra Networks	Servicios de telecomunicaciones Corporativos Contendio de Internet	ND
Guatemala	Atento Telefónica Móviles Terra Networks	Call Center Telefonía Celular Contenido de Internet	24.3%
México	Atento Telefónica Móviles Terra Networks	Call Center Telefonía Celular Contenido de Internet	20.9%
Nicaragua	Telefonía Celular Nicaragua Terra Networks	Telefonía Celular Contenido de Internet	40.40%
Panamá	Atento Telefónica Móviles Terra Networks	Call Center Telefonía Celular Contenido de Internet	29.1%
Perú	Atento Telefónica del Perú Telefónica Móviles Terra Networks	Call Center Telefonía fija Telefonía Celular Contenido de Internet	63%
Puerto Rico	Atento TLD Puerto Rico Terra Networks	Call Center Telefonía Larga Distancia Contenido de Internet	N/D
Uruguay	Atento Telefónica Móviles Terra Networks Twis	Call Center Telefonía Celular Contenido de Internet	39%
Venezuela	Atento Telcel Terra Networks	Call Center Contendio de Internet	45.70%

*Telefónica Móviles opera en la región bajo la marca Movistar, excepto en Brasil que opera como Vivo
ND. No Disponible

Elaboración propia con datos de la empresa y sitios de prensa especializados.

En el Cuadro 20 podemos observar que Telefónica tiene una participación sumamente dominante en Perú, Argentina (contando los servicios móviles y fijos), así como en Chile, lo que se explica porque la transnacional española controla a los principales operadores de telecomunicaciones de esos países. En los demás países su participación ronda entre el 20 y el 40 por ciento, lo cual no deja de ser significativo si tenemos en cuenta que en la mayoría de los países operan pocas empresas de telecomunicaciones. El único mercado en donde su participación aún es marginal es El Salvador, pero es en la región centroamericana en donde su entrada ha sido más tardía.

Por su lado, Telmex/América Móvil cuenta con una elevada cuota de mercado en México, su país de origen y en Centroamérica, donde se adjudicó la concesión de los operadores públicos de telecomunicaciones, lo cual le dio ventaja sobre su rival español (ver Cuadro 21). En los países del Caribe, en Colombia y Ecuador ha conseguido aumentar también de manera significativa su participación. En los demás países el porcentaje de participación de mercado del operador mexicano oscila entre el 20% y 40%, incluso en Estados Unidos domina una parte importante del mercado de telefonía celular de prepago.

Cuadro 21. Participación de América Móvil en el mercado latinoamericano

País	Empresas Filiales	Segmento de mercado	Porcentaje de participación
EE.UU.	Tracfone	Telefonía celular de prepago	30%
México	Telcel	Servicios Móviles	72%
América Central Guatemala Honduras El Salvador Nicaragua	Claro	Servicios Móviles Servicios Fijos	34% 66%
El Caribe Republica Dominicana Puerto Rico Jamaica	Claro	Servicios Móviles Servicios Fijos	40% 89%
Argentina Paraguay Uruguay	Claro	Servicios Móviles	32%
Colombia	Comcel	Servicios Móviles	67%
Ecuador	Conecel	Servicios Móviles	71%
Perú	Claro	Servicios Móviles	33.6%
Brasil	Claro	Servicios Móviles	26%
Chile	Claro	Servicios Móviles	19%

Elaboración propia con datos de Informes Anuales de América Móvil.

En Brasil se observa una participación más equilibrada, aunque no deja de reflejar grados de concentración, debido a la forma en como se dio la apertura del mercado; es decir, por medio de la segmentación de los negocios por tipos de servicios y zonas geográficas, se limitó más la dominación de los operadores entrantes. Sin embargo, al irse liberando cada vez más el mercado brasileño, y permitiendo la participación de empresas extranjeras en mayores segmentos de mercado, los operadores han ampliando su presencia en este país.

Las propias características del sector, lo hacen susceptible de que este tipo de concentraciones se forme. Las innovaciones tecnológicas afectaron la estructura del sector, e hicieron pensar que existiría una gran variedad de operadores que ofrecerían diversos servicios, tal afirmación fue parcialmente acertada, ya que a pesar de que no se pudieron mantener estructuras monopólicas, en realidad sería un número limitado de operadores los que dominarían el mercado, esta vez no sólo nacional, sino regional en un contexto de globalización.

En el mercado regional ambos operadores han logrado obtener grandes beneficios, lo que las coloca entre las empresas de telecomunicaciones más importantes a nivel mundial. Tan sólo en el año 2009, Telefónica obtuvo ingresos de 10. 570 millones de dólares, 40.5% de los cuales provinieron de sus operaciones en América Latina (incluyendo México). En el caso de América Móvil que obtuvo 30. 223 millones de dólares, el 64% se generó en países latinoamericanos, mientras que el 36% restante lo obtuvo en el mercado mexicano⁹⁷.

Se observa que ambos operadores tienen una gran dependencia del mercado regional. Aunque Telefónica, ha tratado de diversificar sus mercados, la situación de crisis económica reciente ha afectado el nivel de ingresos que obtiene tanto en España como en otros países europeos. Si a esto le sumamos que en aquellos mercados el nivel de competencia a la que se enfrenta el operador español es mayor, se hace más difícil para

⁹⁷ Informes Anuales 2009 de las empresas.

éste mantener niveles de penetración elevados que le permitan obtener mayores beneficios, tal y como sucede en América Latina en donde mantiene posiciones dominantes que le facilitan obtener rentas altas.

Por su parte, América Móvil ha logrado disminuir la dependencia de sus ingresos en el mercado mexicano; no obstante, el porcentaje de ganancias que obtiene en éste continúa siendo alto. A diferencia de Telefónica, el operador mexicano no ha conseguido ingresar a otros mercados, pero al igual que la empresa española, ha sabido aprovechar las ventajas de localización que ofrece la región, especialmente aquellas condiciones institucionales que le han permitido alcanzar participaciones de mercado amplias, gracias a las cuales también aumenta sus beneficios.

Si bien, una de las causas de la expansión de estos dos operadores en el continente se dio gracias a que aprovecharon el potencial de crecimiento del mercado de la telefonía celular, actualmente muchos países han alcanzado altos niveles de penetración de este servicio; ante esta saturación de mercado, el reto al que se enfrentan ahora estos operadores es el de diversificar su oferta de servicios. Es así como han buscado promover servicios de valor agregado, principalmente la banda ancha móvil.

Lo anterior se refleja en el índice de ingreso medio por consumidor (ARPU, por sus siglas en inglés), que mide el grado de ingresos que obtiene un operador por cada cliente durante un mes. Si bien, los operadores han dependido en gran medida de sus clientes de prepago, actualmente están realizando campañas para incentivar a sus clientes a consumir nuevos servicios, con diferentes formas de pago.

En América Latina el ARPU general a finales de 2009 era de cerca de 12.81 dólares. Aunque el gasto que hacen los clientes de cada operador varían de un país a otro, a nivel regional Telefónica tenía en ese mismo periodo un mayor ingreso por cliente (US\$13.76) que América Móvil (US\$ 11.48). Recientemente, esta tendencia está cambiando, debido a que Telefónica está perdiendo clientes en el mercado venezolano,

que era uno de los más rentables.⁹⁸

Como se ve en los Cuadros 22 y 23 Telefónica es el que lidera el índice de gasto por cliente mensual; incluso en algunos países como Venezuela y Chile, es grande la diferencia entre el ARPU de Telefónica y el de América Móvil, lo que indica una mayor rentabilidad del operador español en esos mercados. No obstante, esto depende del posicionamiento y consolidación que el operador tiene en cada país, ya que en México el ARPU de América Móvil supera al de Telefónica.

Cuadro 22. ARPU general regional de los operadores en América Latina (4to. Trimestre de 2009)

Operador	ARPU General (dólares)
Telefónica	13.76
América Móvil	11.48
Millicom	11.48

Elaboración propia con datos de Signals Telecom Consulting emitidos por la prensa.

Los mercados que más beneficios le generan a América Móvil son el de México y Brasil; en el primero por la posición dominante que tiene y por la fuerte campaña que esta realizando para ampliar sus servicios de tercera generación como la banda ancha móvil. En el segundo, por el potencial de crecimiento que están mostrando los servicios de valor agregado entre la población.⁹⁹ Por su parte Telefónica, también genera la mayor parte de sus beneficios en el mercado brasileño, en Chile y en Argentina, y al igual que su competidor esta llevando a cabo estrategias para promover servicios de tercera generación, además de que busca disminuir el número de clientes por planes de prepago.

⁹⁸ El operador con un mayor ARPU en América Latina es Entel de Chile, el mercado chileno es atractivo por el nivel de gasto de la población en servicios de comunicaciones, más que por su tamaño; en ese país Claro, subsidiaria de América Móvil, registra un nivel de ingreso por usuario bajo debido a la competencia que enfrenta. Consultado en: www.ahicet.net

⁹⁹ En Brasil obtiene un 20% de sus ingresos, aunque su ARPU es de 12.64 dólares, ya que es el más bajo en ese mercado, después de TIM con US\$15.52, Vivo (Telefónica) con US\$15, y Oi con US\$12.89

**Cuadro 23. ARPU de operadores por países
(4to. Trimestre de 2009)**

País	Operador(es)*	ARPU (en dólares)
Argentina	Telefónica Movistar	13.81
Brasil	TIM (Telecom Italia)	15.52
	Vivo (Telefónica)	15
	Oi	12.89
	Claro (América Móvil)	12.64
Chile	Entel PCS	18.22
	Movistar	15.77
	Claro	11.54
Colombia	Comcel (América Móvil)	8.15
México	Telcel	13.4
	Movistar	9.6
Venezuela	Movistar	31.82

*No se cuenta con datos de todos los operadores en cada uno de los mercados aquí señalados
Elaboración propia con datos de Signals Telecom Consulting emitidos por la prensa

A pesar de las diferencias que existen entre los operadores hispanoamericanos en cada país, a nivel regional la diferencia entre ambos es mínima, lo que señala también el dominio de mercado que tienen ambos operadores.

Es así como las dos empresas están tratando de mantener sus posiciones dentro del mercado regional y, si bien existe una fuerte competencia entre ellos, también parecen estar llevando a cabo otras prácticas, propias de estructuras oligopólicas, como veremos a continuación. La interdependencia estratégica que se genera en este tipo de mercados, hace que las empresas establezcan cierta cercanía y vigilancia con sus competidores.

Como hemos observado, tanto Telefónica de España como Telmex/América Móvil tienen estrategias de expansión similares y, especialmente en la última década, la lógica de las estrategias de adquisición en el continente estuvieron condicionadas al proceso de expansión que tenía cada una.

Estas acciones trajeron consigo el dominio de estos operadores a nivel regional, actualmente mantienen una participación de mercado bastante elevado en cada uno de los países en los que operan. Todo apunta a una consolidación de sus posiciones a nivel regional, aunque no se descarta la importancia que están teniendo otros operadores como se verá adelante.

La consolidación de mercado, también nos habla de la posible existencia de acuerdos oligopólicos, si bien, como sabemos estos no son acuerdos explícitos, como era común en otros tiempos. Las empresas actualmente realizan ciertas acciones para “neutralizar” sus posiciones, e incluso para llegar a acuerdos implícitos que les impidan realizar conductas hostiles en determinadas circunstancias.

Aunque Telefónica y Telmex/América Móvil han mantenido una dura competencia tanto en México, como en otros países, algunas prácticas recientes de los principales inversionistas de ambas empresas parecen apuntar a la existencia de posibles acuerdos oligopólicos; como se puede deducir de la participación de un ejecutivo, Isidro Faine Casas, de la institución financiera española *La Caixa* en el consejo de administración de Inbursa, a raíz de la compra de un paquete de acciones de la firma mexicana por parte de esta empresa española en el 2008. No obstante que el ejecutivo español también se encuentra presente en el consejo de administración de Telefónica de España, lo cual muestra lo que algunos especialistas llaman entrecruzamientos en los consejos de administración, que implican conflictos de interés.¹⁰⁰

A pesar, de que aún no es claro si por medio de esta acción las empresas pueden llevar a cabo prácticas colusorias o si ya lo han hecho; lo que preocupa es la posición de hermetismo en que ambas partes han manejado la situación, debido a que ninguna empresa ha hecho ningún pronunciamiento para aclarar la posición de este ejecutivo en

¹⁰⁰ Eduardo García. “En Inbursa, ¿está Slim durmiendo con el enemigo?”, en **Sentido Común**, 17 de mayo de 2010, México, consultado en: <http://bs.sentidocomun.com.mx/articulo-rssfree-mobil.phtml?id=32867&authrssfree=qkpcienvbq73btr>

ambas firmas.

Este tipo de prácticas son difíciles de detectar por las autoridades reguladoras; pero es indudable que pueden tener efectos adversos, y afectar la competencia, en particular en materia de los precios a los que ofrecen los servicios en detrimento de los usuarios, e incluso pueden unir fuerzas para influir en las políticas de desarrollo del sector en los países en donde operan, en circunstancias en las que sus intereses puedan verse afectados.

Sin que lo anterior signifique anular la competencia que se da entre ambos operadores, la posibilidad de acuerdos oligopólicos, puede apuntar a la búsqueda de una consolidación de sus posiciones en el mercado latinoamericano, en un contexto de crisis económica, que puede afectar sus participaciones en la región, especialmente cuando existen otros operadores que amenazan estas posiciones, como veremos a continuación.

3.6. Nuevos actores del sector telecomunicaciones en la región: El caso de Millicom International y Digicel.

Si bien Telefónica de España y Telmex/América Móvil son los operadores que mayor participación de mercado han alcanzado a nivel regional, no son las únicas empresas importantes en Latinoamérica.

En los últimos años, un pequeño grupo de empresas que tradicionalmente ofrecían sus servicios en los países caribeños de lengua inglesa han ingresado a los países centroamericanos, disputándoles el dominio de mercado a ambos operadores hispanoamericanos, pero principalmente a América Móvil.

Estas empresas, aunque son de origen europeo, provienen de países pequeños y no necesariamente de las grandes economías europeas. Si bien ninguno de estos operadores son de los más importantes en ese continente, salvo Cable & Wireless en el Reino Unido, han logrado adquirir una proyección internacional relevante.

Cuadro 24. Otros competidores importantes en la región

Empresa	País de Origen	Países en los que opera
Millicom Internacional Cellular*	Suecia/Luxemburgo	Centroamérica: Guatemala, Honduras y El Salvador Sudamérica: Bolivia, Colombia y Paraguay
Digicel	Irlanda	Islas del Caribe, Guyana, Surinam, Guyana Francesa, Islas Malvinas y El Salvador
Cable & Wireless	Gran Bretaña	Panamá
Brasil Telecom/Oi	Brasil	Brasil Planes de Expansión en Argentina y en otros países de lengua portuguesa

Elaboración propia con datos de las empresas.

Una de esas empresas es Millicom International Cellular, con capital sueco y luxemburgués. Aunque esta empresa opera en mercados no muy extensos, ha desplazado la posición que América Móvil tiene en Centroamérica, en donde opera bajo la marca Tigo, llegando incluso a convertirse en uno de sus principales competidores, no sólo en telefonía celular, sino en servicios integrados o *triple play*.

Millicom ha extendido su participación a países de Sudamérica, como Bolivia, Colombia y Paraguay. Llama la atención que este operador ha logrado ingresar en países sudamericanos, en donde las empresas dominantes del continente no tienen presencia o tienen una participación limitada, a excepción de Colombia.¹⁰¹

La particularidad de Millicom, que lo diferencia de los grandes operadores que dominan la región, es que puede enfocarse en mercados que presentan un gran retraso en materia de infraestructura de telecomunicaciones, y, por lo tanto, una baja penetración del servicio, por lo que muchas veces no son mercados lo suficientemente atractivos para otros grandes operadores. Además, ofrece sus servicios a precios bajos (ver cuadros 22 y 23 sobre ARPU de los operadores).¹⁰²

¹⁰¹ Millicom. *Review of operations 2009*, p. 21

¹⁰² Millicom International Cellular. *Annual Reports and Accounts 2009*, p. 2

Millicom no sólo opera en el continente americano, participa en mercados africanos como Chad, República Democrática del Congo, Ghana, Mauritania, Senegal y Tanzania. Es por ello, que una de sus principales capacidades, es la de desplegar infraestructura en donde no existe o es escasa, así como desarrollar servicios enfocados a poblaciones de bajos recursos económicos.

Son precisamente estos nichos o segmentos de mercado que han sido descuidados o ignorados por otras empresas del sector, lo que le ha permitido a Millicom extender su presencia en el continente. En 2009 sumaba 21.7 millones de usuarios de sus servicios.¹⁰³

Otro operador importante dentro del continente es Digicel, de capital irlandés, el cual domina el mercado de la mayor parte de las islas del caribe de habla inglesa, pero que en los últimos años ha comenzado su ingreso a países continentales, como El Salvador, en cuyo mercado ha logrado una participación importante.¹⁰⁴

En el caso de Cable & Wireless, llama la atención que a pesar de ser uno de los grandes operadores en el Reino Unido, ha mantenido una participación discreta en el continente; además, participa como socio del Estado en Panamá para gestionar al operador de telecomunicaciones en aquel país. El 49% del capital pertenece al Estado panameño, el otro 49% a la empresa británica y el restante a otros inversionistas.¹⁰⁵

No obstante, ninguno de estos operadores ha alcanzado un tamaño considerable a nivel continental que pueda afectar de forma considerable, por el momento, la posición de Telefónica y Telmex/América Móvil.

Sin embargo, recientemente ha surgido una empresa de gran tamaño dentro del mercado brasileño, llamada Brasil Telecom/Oi; la cual se perfila a ser otro gran competidor dentro del mercado regional. Esta empresa ha manifestado su intención de ampliar sus

¹⁰³ *Ibidem*

¹⁰⁴ Consultado en <http://www.digicel.com.sv/>

¹⁰⁵ Consultado en <http://www.cwpanama.net/default.asp?id=Acerca&prod=Cable>

mercados fuera de Brasil, y ya ha anunciado planes de inversión en países como Argentina y otros países fuera del continente, en naciones con las que tiene afinidades culturales (ex colonias portuguesas en África y Asia).¹⁰⁶

Lo que más llama la atención de este operador brasileño, es el respaldo e impulso que tienen sus planes estratégicos de internacionalización por parte del gobierno de Brasil, ya que a través del apoyo del Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) recibe financiamiento para su proyecto de expansión.

Observamos entonces, una nueva política industrial de fomento de un “campeón nacional” de telecomunicaciones, pero a diferencia de España y México, este gran operador se crea en un contexto ampliamente competitivo dentro del mercado brasileño, lo cual junto con los apoyos recibidos por parte del Estado brasileño, le pueden ayudar a desarrollar una serie de ventajas competitivas y recursos suficientes, que le servirían para hacer frente a los dos grandes operadores hispanoamericanos estudiados.

3.7. Efectos de la regionalización del mercado de telecomunicaciones en América Latina.

Actualmente la región de América Latina es uno de los mercados más dinámicos en materia de telecomunicaciones. Si bien, se entiende que cada país adopta ciertas particularidades, se puede considerar de manera general que el mercado regional se encuentra a la par de las tendencias mundiales, en donde la telefonía móvil y los servicios de banda ancha son los que han registrado el mayor crecimiento.

Aunque en el momento en que se emprendieron las reformas al sector en los países de América Latina eran pocos los que habían alcanzado niveles aceptables de penetración del servicio de telefonía, la situación en este segmento no ha registrado

¹⁰⁶ César Dergarabedian. “Un gigante de las “telcos” se prepara para desembarcar en la Argentina”, en **iProfesional**, 24 de marzo de 2010, <http://www.iprofesional.com/notas/96186-Un-gigante-brasileno-de-las-telcos-se-prepara-para-desembarcar-en-la-Argentina.html>

mayores avances. Se tiene que en el año 2008, existían a nivel regional 280 millones de líneas fijas, lo que significaba que menos de la mitad de los países en el continente habían alcanzado una penetración residencial superior al 50%.¹⁰⁷

Sin embargo, la tendencia a un estancamiento en la telefonía fija se da a nivel mundial, de hecho en diversos países se están desconectando muchos de esos servicios, por lo que este segmento del mercado se encuentra en caída; aunque esta tendencia está presente también en países industrializados, en donde el nivel de penetración era alto y ahora esta decreciendo, debido en buena parte al auge de los servicios de telecomunicaciones móviles .

Aunque se podría interpretar que esta sucediendo algo similar en los países en desarrollo, como los de América Latina, en realidad la telefonía móvil más que suplir a la telefonía fija ha venido a cubrir las necesidades de comunicación que no habían logrado ser cubiertas en aquellos países anteriormente. Esto explica el gran crecimiento que ha tenido en muchas regiones. En América Latina el crecimiento de la telefonía celular ha sido una constante desde los años noventa (ver Cuadro 25).

Cuadro 25. Penetración de la telefonía móvil en América Latina

Año	Número de Suscriptores
1990	100 000
1995	3.5 millones
1999	38 millones
2009	508 millones

Elaboración propia con datos de Unión Internacional de Telecomunicaciones

¹⁰⁷ UIT. *Perfiles Estadísticos de la Sociedad de la Información 2009. Región América*, Ginebra, Suiza, 2009, pág. 2

Como se puede ver en el Cuadro 25, la región latinoamericana ha registrado altas tasas de crecimiento en telefonía móvil, llegando en algunos países a alcanzar e incluso rebasar el 100% de penetración. Tales son los casos de Argentina (115%), Panamá (103%), Uruguay (109%) y Venezuela (107%).¹⁰⁸

Un factor que ha sido determinante para que la telefonía haya alcanzado este nivel de penetración son las facilidades en las modalidades de pago de estos servicios que impulsaron los diversos operadores que participan en la región. El plan que más impacto tuvo fue el de prepago, ya que se ajustaba a las necesidades de las personas de bajos recursos.

Otro factor es que la infraestructura que se necesita para brindar servicios de telefonía móvil es mucho más fácil de desplegar, lo que la hace una opción viable para cubrir el déficit en infraestructura que ha existido en los países de la región, incluso en comunidades o poblaciones rurales que por lo regular han estado al margen de los servicios de comunicación tradicionales.

El otro segmento de gran crecimiento es el de la banda ancha; desde la década de los noventa en que comenzó la expansión masiva del Internet y todos los servicios relacionados con esta red, la demanda por el acceso creció exponencialmente. En 1995 había en la región latinoamericana 500 mil usuarios, y para 1999 esta cifra había alcanzado los 9 millones de usuarios.¹⁰⁹

En el informe que publica la UIT sobre la sociedad de la información en el continente americano se señala que en 2008 había cerca de 400 millones de usuarios; pero no se debe de confundir con el número de abonados, es decir, aquellas instituciones y personas que cuentan con una conexión a internet, ya que el número de conexiones era de sólo 115 millones. Sin embargo, estas cifras tienen en cuenta a Canadá y Estados

¹⁰⁸ Diálogo Regional sobre la Sociedad de la información (DIRSI). *Mapeo de la telefonía móvil en América Latina*, <http://dirsi.net/mapa#>

¹⁰⁹ UIT. *Indicadores de Telecomunicaciones de las Américas 2000*, Resumen Ejecutivo, p. 6

Unidos, los cuales detentan el 80% de los usuarios contabilizados, lo que deja a la región de América Latina y el Caribe con sólo 23 millones de abonados.¹¹⁰

Si bien es una cifra muy superior a la de hace una década, aún la región se encuentra con un rezago importante en cuestión de penetración de servicios de banda ancha. La mayor parte de los habitantes que tienen acceso a internet en esta región lo hacen por medio de centros comunitarios o los llamados “cibercafés”, y aunque se reconoce la aportación de este tipo de establecimientos en el acceso de la población a los servicios de banda ancha, es importante que aumente el número de abonos o conexiones, ya que se puede dar un mejor aprovechamiento de las tecnologías de la información.

Aunque el acceso a servicios de banda ancha se realiza en su mayor parte mediante infraestructura fija, actualmente se encuentra en crecimiento la banda ancha móvil, segmento al que los operadores regionales le están dando un mayor impulso frente a la posible saturación del mercado de la telefonía móvil, como se señaló antes.

No obstante, los avances que han registrado los países de América Latina en la penetración de los servicios de telecomunicaciones, aún existe un problema de penetración entre la población, especialmente de aquellos servicios propios de la convergencia y que hacen una mayor contribución a la actividad económica y social.

Las razones por las que los países latinoamericanos tienen un rezago en el sector telecomunicaciones, después de las reformas de liberalización con las que se buscaba superar tales problemas, tienen que ver precisamente con la forma en que se implementaron las posteriores políticas de desarrollo del sector, que no vigilaron el destino de las inversiones que en un principio se lograron atraer y las que posteriormente realizaron los operadores privados. Asimismo, no se han creado regulaciones que favorezcan la competencia, con el fin de que se fomente la oferta de servicios a precios accesibles y de calidad entre la población.

¹¹⁰ DIRSI, *op. cit.*, pp. 14-16

3.7.1. Inversión

Antes de las reformas de liberalización, el éxito que tuvieron los operadores públicos en alcanzar ciertos niveles de cobertura de servicios de comunicaciones en sus países fue desigual, tanto entre los países como en el interior de cada uno de ellos.

En la década de los ochenta, ante la crisis económica que sufrieron muchas de estas naciones, el desarrollo de las telecomunicaciones se vio truncado. Muchos operadores tuvieron dificultades financieras para modernizar su infraestructura e introducir nuevas tecnologías que permitieran ofrecer una amplia variedad de servicios.

Con la privatización se buscó que el capital privado aportara la inversión suficiente para modernizar la tecnología, y se pensaba que esto sería aun más efectivo si se permitía la entrada de empresas extranjeras.

Durante la década de los noventa el sector telecomunicaciones fue el que recibió más inversión extranjera directa en la región latinoamericana, producto de los procesos de privatización y de la modernización de las redes que se dio en los distintos países. Tenemos por lo tanto que entre 1990 y 2007 se invirtió en este sector cerca de 250 mil millones de dólares. Según el especialista Ernesto Flores Roux, esta cifra representa el 8% de la inversión total en el sector a nivel mundial.¹¹¹

A pesar, de que este monto de inversión parece significativo, no ha sido suficiente para lograr un desarrollo adecuado del sector en la región. Flores Reux nos señala que en comparación con otras regiones, la inversión per cápita durante este periodo en la región ha sido de 452 dólares por habitante, muy por debajo de los niveles que se registran en otras regiones como Europa en donde la inversión es de 2 300 dólares por habitante, en

¹¹¹ Ernesto M. Flores-Roux. *Las telecomunicaciones en América Latina durante la última década: alcanzando al resto del mundo*, en Revista de Telecomunicaciones, No. 118, Abril-Junio de 2009, <http://ahciet.net/actualidad/revista/r.aspx?ids=10799&ids2=21870>

Estados Unidos de US\$1 940 y en Japón de US \$3 445.¹¹²

Además de lo anterior se debe tener en cuenta que la mayor parte de esta inversión se ha hecho en activos e infraestructura ya existente en el sector. Y aunque se han introducido mejoras tecnológicas, el periodo de adopción y despliegue de éstas por parte de los operadores ha sido más lento.

Una vez que se han adoptado y desplegado nuevas tecnologías la explotación que se hace de éstas es intensiva. Como vimos antes, muchas conexiones de internet son usadas de manera exhaustiva por múltiples usuarios. Tal y como señala Ernesto Flores, lo anterior deriva en un deterioro de la calidad de los servicios que se ofrecen.

3.7.2 Precio y Calidad

Otros elementos que no han sido bien vigilados en los países latinoamericanos tienen que ver con el nivel de precios de los servicios de telecomunicaciones y con la calidad con la que estos se ofrecen, los cuales son determinantes para que la población tenga acceso a ellos y los pueda explotar de una manera más provechosa.

En telefonía móvil, las tarifas en América Latina están por encima de las del conjunto de los países de la OCDE y de otros países emergentes en otras regiones. El costo de la canasta de los servicios móviles¹¹³ en la región es de 24 dólares mensuales, casi el doble del promedio de precios de los países de la OCDE que es de \$13USD, y triplica las tarifas de los mercados en el sur de Asia que tienen un nivel de \$7USD.¹¹⁴ (Ver Anexo **Gráficas de nivel de precios en países de América Latina**)

¹¹² *Ibidem*

¹¹³ Se refiere a la canasta básica que establece la OCDE en estos servicios y que incluye 360 llamadas por año y 396 mensajes de texto por año, segmentados por duración, horario y destino.

¹¹⁴ Hernan Galperin. *Tarifas y brecha de asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina y el Caribe*, Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información, Instituto de Estudios Peruanos y Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, Perú, Diciembre 2009, p. 5

El nivel de precios repercute en la intensidad del uso que hace la población de estos países. Medido en tiempo, en América Latina el usuario utiliza su servicio al mes cerca de 116 minutos; en África 129 minutos y en Asia Pacífico 290 minutos.¹¹⁵

A pesar de los altos costos del servicio, la telefonía móvil ha alcanzado niveles de penetración altos en la región; es por ello que Hernan Galperin señala que el nivel de difusión contrasta con el bajo nivel de utilización del servicio, pero que también es un elemento que contribuye a explicar la brecha en la universalización de los servicios de telecomunicaciones no sólo entre países, sino al interior de ellos, ya que los altos costos afectan el acceso que puedan tener a ellos los sectores de menores recursos.

La misma tendencia existe en los servicios de banda ancha. Recientemente la CEPAL llamó la atención sobre el hecho de los altos costos que tienen las conexiones de banda ancha en la región. Tan sólo en los países desarrollados el costo mensual es de menos de 20 dólares mensuales, mientras que en los países en desarrollo es de cerca de 35 dólares.

En algunos países de América Latina y del Caribe los habitantes llegan a pagar cinco veces más que el promedio de costos existente a nivel mundial entre los países de la OCDE. Esto significa que mientras los ciudadanos de un país industrializado destinan 1% de su ingreso medio mensual a este tipo de servicios, en América Latina los habitantes llegan a destinar el 10% de su ingreso mensual, lo que hace prácticamente inaccesible este tipo de servicios para un sector amplio de la población de la región.¹¹⁶

Los altos costos no se traducen tampoco en mejora de la calidad de los servicios, sino todo lo contrario, la región cuenta con índices de calidad de servicios de telecomunicaciones negativos. En el servicio de internet por banda ancha, la región cuenta con velocidades de transmisión muy bajas en comparación con otras regiones. Mientras

¹¹⁵ *Ibid*, p. 6

¹¹⁶Consultado en:<http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/6/40626/P40626.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xsl>

que en países como Corea del Sur la velocidad de la conexión oscila en los 15.8 Mbps (megabytes por segundo), en países de América Latina la velocidad se ubica entre 1 y 2 Mbps en promedio.¹¹⁷

En lo que respecta a otros servicios de telecomunicaciones como la telefonía fija y móvil, son constantes las quejas y denuncias presentadas en diversos países latinoamericanos en contra de operadores por deficiencias en la calidad de su servicios, así como por abusos en la facturación o cobros indebidos.¹¹⁸

Es así como a nivel regional, aún se tiene un déficit en el acceso a los servicios de telecomunicaciones y los que se brindan son con base en precios altos y baja calidad. Esto dificulta la penetración de este tipo de servicios entre la población y, por la utilidad que tienen para desempeñar la actividad económica y relaciones sociales, hacen que los países de la región pierdan competitividad frente a otras regiones.

El avance en materia de acceso universal a los servicios de telecomunicaciones, no es suficiente y contrasta con el gran crecimiento que si han tenido los operadores que hoy en día dominan la región.

¹¹⁷ En Chile es de 2 Mbps, en Colombia de 1,5 Mbps, en Argentina de 1,4 Mbps, en México y Brasil es de 1, 2 Mbps, y en Perú es de 1Mbps.

¹¹⁸ No existe información o datos estadísticos promedio a nivel regional sobre el número de quejas, pero según reportes de prensa de los organismos gubernamentales de protección a los consumidores en países latinoamericanos, la mayor parte de quejas y demandas que reciben de los usuarios de servicios de telecomunicaciones en contra de los operadores, es por mala facturación, cláusulas abusivas en los contratos, mal servicio; es decir, no se cumplen las especificaciones de calidad en la transmisión o velocidades de conexión que se prometen mediante sus campañas publicitarias.

3.8. Conclusiones

Tanto Telefónica de España como Telmex/América Móvil han logrado alcanzar posiciones importantes dentro del mercado latinoamericano de las telecomunicaciones, llegando incluso a hacer pensar en la posibilidad de la formación de un duopolio en el sector. Sin embargo, este escenario está lejos de suceder, ya que hay otros operadores importantes en la región.

Lo anterior no significa que no exista un gran nivel de concentración en el mercado, de hecho lo que sí se puede afirmar es que se ha desarrollado una estructura de mercado oligopólica dentro de la región. Los factores que explican la razón de esta estructura se encuentran en distintos ámbitos y niveles del sector.

Ambos operadores dominantes surgieron en contextos institucionales similares en sus respectivos países de origen, tanto en España como en México, los gobiernos promovieron la creación de “campeones nacionales” en el sector durante la etapa de reformas de liberalización. Fue así como las nuevas políticas y regulaciones, favorecieron la posición dominante de ambos en sus respectivos mercados, lo cual, como vimos en el Capítulo 1, es para autores como Hymer, una primera condición para que una empresa emprenda su expansión internacional, ya que busca explotar los recursos y capacidades adquiridos. Es así como, los dos operadores aquí estudiados han logrado desarrollar una serie de ventajas competitivas importantes, que los han llevado a expandirse a nivel internacional.

Entre las ventajas de propiedad identificadas se encuentran: la posesión de activos tangibles como son grandes recursos financieros, capital humano y capacidad tecnológica; la posesión de activos intangibles como lo son su estructura de propiedad y organizativa, así como su capacidad de gestión y negociación con actores políticos importantes. Esta última, de especial importancia en una industria red como las telecomunicaciones, en donde el acceso a recursos estratégicos depende, en buena medida, de las decisiones

políticas y regulaciones sobre bienes públicos como el espectro radioeléctrico, debido a lo cual los operadores han buscado influir en las políticas gubernamentales que afectan al sector.

Las ventajas de propiedad de los operadores hispanoamericanos son complementadas por las ventajas de localización, la afinidad cultural que tanto Telefónica como Telmex/América Móvil tienen con la región es una de ellas. Asimismo, dentro del actual contexto de globalización por el que atraviesa la industria, se han generado una serie de condiciones en distintos niveles que favorecen a estas empresas y su posición en el mercado.

A nivel de las tendencias mundiales del sector son distintos los elementos que han afectado e influido en la región latinoamericana, uno ha sido un nuevo régimen político y de regulación que impulsa a los países y regiones a liberalizar sus mercados, así como a brindar un amplio margen de acción a los operadores. Otro son los cambios tecnológicos que determinan los segmentos de mercado más dinámicos en los que las empresas desean desempeñarse y dirigir sus estrategias, como los de banda ancha y los servicios móviles.

A nivel regional, son las distintas interacciones que se dan entre los actores políticos y económicos del sector los que determinan la forma en como a nivel político y regulatorio se delinea el modelo de desarrollo y estructura de las telecomunicaciones. En el caso de América Latina, la mayor parte de los países optaron por un modelo abierto a las inversiones y a la competencia internacional.

Este modelo de desarrollo es el que ha permitido a los ahora operadores privados tomar un papel protagónico en el sector. Como se señaló en su momento, los vínculos y relaciones de los empresarios con los servidores públicos, tienen una influencia fundamental en las decisiones de política sectorial y de regulación que llevan a cabo los gobiernos. Pero el peso que tienen ciertas empresas y sus directivos varía de país a país.

A nivel nacional, la forma en como cada país adoptó y adaptó las tendencias de liberalización fueron diversas. En casos específicos como México y, más recientemente Brasil, han decidido apoyar la creación de grandes operadores nacionales. El modelo de política industrial en telecomunicaciones adoptado por nuestro país, encuentra más similitud con los modelos de países europeos que el adoptado por otros países latinoamericanos, al menos en lo que respecta al fortalecimiento de empresas nacionales.

No es de extrañar por lo tanto, que sean los operadores mexicanos y un operador europeo los que ahora dominen el mercado de la región, aprovechando las ventajas de localización que les dan otros países con políticas más abiertas y liberales que les han permitido un amplio rango de acción.

Tanto Telefónica como Telmex/América Móvil han sabido aprovechar el gran potencial de crecimiento del mercado latinoamericano, el cual continúa teniendo un gran dinamismo; no obstante, en un futuro esto puede tener un cambio, dependiendo de la situación de las economías en esos países, así como de la estabilidad y tipo de políticas que implanten. Como hemos visto, en algunos países los gobiernos en turno han cambiado el camino de la liberalización de sus sectores de telecomunicaciones y han adoptado políticas más nacionalistas, llegando incluso a devolver al Estado la responsabilidad de la gestión de los operadores.

Ante esto, Telefónica ha comenzado a diversificar su mercado hacia otras regiones. Aprovechando la experiencia adquirida en la región de América Latina y aprovechando al mismo tiempo la existencia de un mercado integrado de telecomunicaciones en su región de origen. Telefónica ha comenzado en los últimos años a participar en mercados en donde años antes no se pensaba que pudiera competir como es el caso de Reino Unido y Alemania.

No sucede lo mismo con los operadores mexicanos, que tienen su estrategia de expansión muy enfocada hacia la región de América Latina y si bien tienen presencia en

Estados Unidos, están dedicados a la oferta de servicios para el mercado hispano, el cual guarda muchas similitudes con el mercado latinoamericano.

Esto nos indica un cambio en las capacidades de las empresas para introducirse en otro tipo de mercados, en donde Telefónica esta apostando por ingresar en mercados más exigentes y de mayor valor agregado. En el caso de Telmex/América Móvil, aunque su posición en Latinoamérica es muy fuerte y en algunos mercados se encuentran bastante consolidados, su participación en un futuro puede verse afectada si no avanza y desarrolla su estrategia de expansión y con ello sus capacidades, dando la posibilidad de que otros operadores lo desplacen del mercado, tal y como se esta viendo en Centroamérica donde Millicom y Digicel son fuertes competidores.

Por otra parte, si Telefónica llega a tener éxito en otras regiones y alcanza un mayor crecimiento, al disminuir la dependencia de sus ingresos de América Latina, puede en algún momento reconsiderar el nivel de participación en este mercado y dirigir sus recursos hacia aquellos mercados que le reporten mayores ingresos.

Sin embargo, las dos empresas parecen por el momento tener una estructura muy consolidada en América Latina. Como señalan Samuelson y Nordhaus, aunque en estructuras de mercado oligopólicas, se mantiene un nivel de competencia, muchas de las veces, bastante agresivo; se llega en determinado momento a crear una interdependencia estratégica entre las firmas; es decir, sus actividades u operaciones llegan a tomar rumbos similares y en algunos casos surgen acuerdos oligopólicos implícitos, como una forma de resolver conflictos.

Tal y como sucede con Telefónica y Telmex/América Móvil, ambas empresas a pesar de ser competidores, han creado ciertos vínculos y espacios de negociación; como en su momento se vio han llegado a participar de manera conjunta en alianzas tecnológicas con otros operadores y empresas de tecnología, e incluso parece estar formándose un mayor acercamiento entre ellas, un ejemplo es la reciente alianza de

capital entre *La Caixa* e Inbursa, ambos socios estratégicos de cada uno de los operadores, generando así, un entrecruzamiento de intereses.

Esto lleva a que los operadores hispanoamericanos puedan actuar de manera conjunta o, al menos, adoptar posiciones comunes frente a otros actores importantes como los gobiernos o consumidores y otros sectores sociales, en las decisiones que se tomen con respecto al sector.

El peso y poder económico que han adquirido estos operadores contrasta con los alcances y desarrollo del sector, ya que como vimos, aún existen muchos rezagos en materia de cobertura de los servicios de telecomunicaciones en la región, lo cual afecta a amplios sectores económicos y sociales.

En suma, si bien la actual estructura regional de mercado parece encontrarse muy consolidada, los constantes cambios tecnológicos, así como la forma en que interactúan los actores públicos y privados que participan en el sector en los distintos países y, que influyen en la adopción de políticas para su desarrollo, pueden afectar nuevamente a la estructura del mercado en la región.

4. Conclusiones Generales

En las últimas décadas el mundo se ha visto envuelto en una serie de transformaciones de gran magnitud, uno de estos cambios se dio en las tecnologías de la información y comunicación, las cuales afectaron la estructura de las industrias que estaban directamente relacionadas con ellas, como lo son las telecomunicaciones.

Una industria que tradicionalmente estaba controlada por monopolios públicos, se insertó posteriormente en la dinámica de mercado abierto y liberalizado. Los nuevos avances tecnológicos permitían que las redes de comunicaciones pudieran ofrecer una mayor cantidad de servicios utilizando la misma infraestructura. La lentitud de muchos operadores públicos en reaccionar ante estos cambios y una serie de condiciones políticas y económicas que se presentaron a nivel internacional, como las crisis de deuda externa en muchos países, junto con la ola de liberalización, impulsaron reformas en el sector.

Se argumentó que las nuevas tecnologías, al ampliar la oferta de servicios de telecomunicaciones, permitirían la entrada de nuevos competidores en los mercados nacionales, por lo que el régimen de monopolio público no se podía sostener; además de que las tendencias liberalizadoras promovían la inversión privada, pues consideraban que las empresas de carácter público no eran eficientes en la provisión de servicios. La difícil situación financiera por la que atravesaron muchos operadores estatales, en un contexto de crisis económica, favoreció estas prácticas

Fue así como la simbiosis entre cambios tecnológicos y reformas de liberalización económica, llevaron a una reestructuración de la industria de las telecomunicaciones, en la que actualmente participan operadores privados de telecomunicaciones en su mayoría; fueron pocos los que se mantuvieron como empresas estatales y, en aquellos países donde lo hicieron, ahora actúan bajo un régimen de competencia en algunos segmentos del mercado.

Muchas de las actuales empresas de telecomunicaciones tienen carácter internacional; es decir, son corporaciones multinacionales. El crecimiento y dinámica que ha tenido este sector a nivel mundial, así como las políticas de apertura en muchos países han llevado a los operadores a emprender una serie de estrategias para la expansión de sus mercados. Se puede decir que, así como en algún momento el sector estuvo controlado por operadores estatales, ahora participan operadores internacionales.

La mayoría de las corporaciones multinacionales son firmas que en sus países de origen han tenido posiciones dominantes de mercado, e incluso monopolicas; por lo cual cuando compiten a nivel internacional, suelen desarrollar estructuras de mercado con un alto nivel de concentración. Como se señaló en el Capítulo 1, en base a Richard Caves, existe una estrecha relación entre inversión extranjera y oligopolios. En algunas industrias, esto es mucho más notable, tal es el caso de las telecomunicaciones.

Contrario a lo que se pensó en un inicio, el grado de concentración ha desalentado la competencia y ha fomentado las prácticas monopolicas. La estructura oligopólica en la industria de las telecomunicaciones ha sido el resultado, por un lado, de las propias características del sector y, por otro lado, la forma en como los países emprendieron la reformas y posteriormente controlaron la competencia en sus mercados.

Como se mencionó también en el Marco Teórico, las telecomunicaciones pertenecen a lo que en la disciplina de la economía se conoce como economías red. Este tipo de industrias son intensivas en capital, lo que quiere decir que se necesitan de fuertes inversiones para participar en ellas y son pocas las empresas que lo tienen y, en su mayoría pertenecen a países desarrollados, o en su caso, son empresas que han mantenido posiciones dominantes en sus países de origen y han obtenido los suficientes recursos y capacidades para expandir su mercado a nivel internacional. Esto significa que es un sector con fuertes barreras a la entrada de nuevas empresas.

Por otro lado, la dependencia que tienen con respecto a la tecnología y sus constantes innovaciones, sólo permite que pocos participantes tengan los conocimientos suficientes para explotarla y adaptarlas a los servicios que ofrecen. Las empresas que llegan a dominar este conocimiento tecnológico, junto con el conocimiento del mercado, son las que mantienen una participación importante.

Asimismo, la necesidad de interconexión que existe en la industria de las telecomunicaciones entre las redes de los operadores, los lleva a establecer vínculos estrechos, muchas veces mediante la colaboración en materia de desarrollo tecnológico o intercambio de conocimiento y habilidades, así como de coordinación y estandarización, lo que las hace susceptibles de formar acuerdos de colusión.

Por otra parte, como se vio en el Capítulo 2 surgieron una serie de condiciones institucionales, que también han influido en la estructura actual de la industria de las telecomunicaciones, y que van desde las regulaciones y políticas que cada país adoptó a raíz de las reformas; hasta los nuevos regímenes internacionales que se han creado en el marco de organismos internacionales como UIT, la OMC, la OCDE y los acuerdos regionales, los cuales han promovido e impulsado la apertura de las economías de sus países miembros al capital privado nacional y extranjero dentro del sector y, muchas de las veces, llegan a crear reglas y normas que afectan la actividad de las empresas, especialmente en lo que tiene que ver con cuestiones de interconexión de las redes y la competencia.

Sin embargo, los efectos de las reformas de liberalización en las telecomunicaciones han sido muy heterogéneos en los países. A pesar de la influencia que tuvo la corriente neoliberal y con ello la participación del sector privado, los gobiernos de diversos países siguieron considerando a este sector como estratégico, por lo que la apertura a la competencia se dio de manera muy controlada. En algunos otros, la necesidad de atraer capital mediante las privatizaciones de sus empresas públicas, los llevó a concederles a los inversionistas extranjeros una serie de beneficios mediante los

que se favorecía su posición dentro de los mercados nacionales, la más conocida son los periodos de exclusividad que se les otorgaron a los operadores una vez que fueron privatizados.

En América Latina podemos observar claramente esta tendencia. Por un lado, tenemos a aquellos países que privatizaron sus operadores de telecomunicaciones de forma temprana (Argentina y Venezuela) en donde las empresas entrantes, por lo general europeas, obtuvieron el control de la infraestructura nacional, además de que en muchos casos se enfrentaron a poca competencia, ya que aún no se creaban políticas ni regulaciones que guiaran el proceso de apertura del sector. Tiempo después sucedió lo mismo en los países centroamericanos en los que se transfirió la propiedad de sus operadores a inversionistas extranjeros.

En otro extremo tenemos el caso de los países que decidieron mantener bajo control estatal al operador, pero que lograron implementar políticas de modernización de sus redes de telecomunicaciones, aunque estos casos son los menos en la región (Uruguay, Paraguay, Costa Rica y Panamá). El caso intermedio entre las tendencias de reforma al sector que se dieron en Latinoamérica lo constituye Brasil, país en el que se introdujo la competencia y se crearon regulaciones y organismos que vigilaran su aplicación, al mismo tiempo en que se fragmentaba y privatizaba el operador público.

Un caso particular es el de México, en donde si bien el proceso de privatización de Teléfonos de México se llevó a cabo de manera temprana, se buscó que el operador se mantuviera bajo el control de empresarios mexicanos; el gobierno pretendió crear lo que se denomina un campeón nacional; es decir, una empresa lo suficientemente fuerte para competir contra firmas extranjeras. Así fue como también le brindó periodos de protección contra la competencia, gracias a lo cual pudo mantener una participación dominante en el mercado y hacerse de los recursos suficientes para su posterior internacionalización.

El proceso de reforma de México, guarda similitud con el modelo que se siguió en países europeos, principalmente con España. En este país, también se buscó crear un campeón nacional en la industria de las telecomunicaciones. La forma en que Telefónica fue privatizado y el control de la entrada de la competencia, favorecieron la posición del operador; si a esto le sumamos que el Estado mantuvo su participación en la gestión de la firma por varios años, con el fin de dirigir su modernización y su desarrollo, esto le ayudó a Telefónica a iniciar un proceso de expansión internacional de manera temprana en Latinoamérica.

El mercado natural de expansión tanto de Telmex/América Móvil como de Telefónica ha sido América Latina, principalmente por los vínculos culturales y similitudes que hasta cierto punto guardan con sus mercados de origen. Ambos operadores se han llegado a convertir en las principales empresas del sector a nivel regional.

Hipótesis

Una de las preguntas que se buscó responder en este trabajo fue sobre ¿cuáles fueron las condiciones políticas, económicas e institucionales que permitieron a Telmex/América Móvil y Telefónica de España posicionarse en el mercado de América Latina? Con base en lo cual se señala lo siguiente para sostener las hipótesis planteadas al inicio:

El dominio que estas empresas hispanoamericanas han alcanzado en el mercado regional, se debe a diversos factores. En un primer momento se debe señalar que el dominio que han mantenido en sus mercados de origen y que en buena medida fue auspiciado por los propios Estados mexicano y español, les han ayudado a generar una serie de recursos y capacidades para competir a nivel internacional. Ambas empresas, cuentan con ventajas competitivas similares, que van desde la propiedad de activos tangibles como son recursos financieros, hasta la posesión de otro tipo de activos intangibles, que tienden a ser un elemento mucho más importante que les permite mejorar

su posición frente a otros operadores, tal es el caso del conocimiento tecnológico, así como la capacidad organizativa y administrativa que les permite realizar sus actividades y atender sus mercados de una forma más eficiente.

Por otra parte, existen factores externos a las empresas que les han brindado las oportunidades suficientes para explotar de una mejor manera sus ventajas competitivas y, por ende, han contribuido a su crecimiento. Uno de estos factores es la facilidad que encontraron para ingresar a esos países, ya sea mediante la obtención de las concesiones de los operadores nacionales en el momento en que se privatizaron o aprovechando la apertura a la competencia mediante el otorgamiento de licitaciones para brindar distintos tipos de servicios.

Los operadores hispanoamericanos han sabido aprovechar el cambio de postura de los gobiernos respecto a la participación del capital privado en el sector telecomunicaciones y han utilizado toda su capacidad de negociación con los gobiernos para obtener concesiones y otros beneficios. En su momento (Capítulo 3), se señaló, la serie de relaciones y vínculos que los empresarios y directivos de estos grupos sostienen con altos funcionarios para influir en las decisiones de los gobiernos sobre el sector, de tal forma que favorezcan sus intereses, en lo que toca, especialmente, al uso del espectro radioeléctrico o la autorización de operaciones que les permiten incrementar su tamaño.

Incluso, gobiernos de izquierda que suelen ser proclives a una mayor participación del Estado en este tipo de sectores, han sido influidos por los representantes de estos grupos empresariales de telecomunicaciones. Este poder de negociación y vinculación con las élites políticas se convierte a su vez en una ventaja competitiva de los operadores estudiados en este trabajo.

Otro factor son los propios cambios que se han suscitado en la industria de las telecomunicaciones a nivel internacional, principalmente con los reacomodos del mercado, debido a los cambios tecnológicos que generan el desarrollo de nuevos servicios y

fluctuaciones financieras, que han afectado las expectativas de crecimiento de las empresas. Todo esto ha obligado a las firmas a replantear sus estrategias de mercado en diversas ocasiones desde que se emprendieron los procesos de reforma económica a nivel internacional. Es así como, se da paso a la respuesta para la segunda pregunta planteada sobre ¿cuáles fueron las razones de la salida de las empresas de telecomunicaciones de países desarrollados como Estados Unidos y Europa ?

Como vimos, en una primera etapa, las empresas provenientes de países industrializados fueron bastante activas en la emisión de inversión extranjera directa hacia la región. Sin embargo, con los cambios regulatorios que se dieron durante la década de los noventa y a principios de la década del 2000 en sus países de origen, tuvieron que introducirse en segmentos de mercado más amplios, y realizar inversiones cuantiosas para modernizar sus infraestructuras o redes con el fin de prepararse para la penetración de nuevos servicios, como la tercera generación en la telefonía móvil o, la banda ancha en el caso de los servicios fijos, los cuales generarían mayor valor para las empresas.

Ante esto, muchas corporaciones europeas y norteamericanas emprendieron procesos de reorganización y cambio de estrategias, lo que incluyó su retiro de algunos de los países en donde operaban. Salieron, principalmente, de aquellos mercados en los que su participación aún no alcanzaba porcentajes demasiado significativos, a pesar de que en muchos casos sus subsidiarias reportaran ganancias favorables.

Fue así como, desde mediados de la década del 2000, operadores estadounidenses y europeos iniciaron un proceso de venta de sus subsidiarias. Telmex/América Móvil y Telefónica aprovecharon estas oportunidades y lograron cerrar negociaciones, convirtiéndose en los principales ganadores de dicho proceso. La toma de control por parte de los dos operadores hispanoamericanos de las subsidiarias de los operadores europeos y norteamericanos, les permitieron ampliar aún más su presencia en la región, pero en especial consolidar su posición en el mercado latinoamericano.

El fenómeno de la regionalización de mercados en el sector telecomunicaciones, aunque no es propio de América Latina, si es en donde más se manifiesta el dominio de unos cuantos operadores y el carácter regional que estos están tomando.

El proceso de regionalización puede ser interpretado como un reparto de mercado entre las empresas más importantes de la industria de las telecomunicaciones, en donde cada una atiende a los países en los cuales se encuentra mejor capacitado o con ventajas competitivas frente a otras empresas, lo cual les permite generar mayores beneficios.

Este reparto de mercados, no necesariamente se hace mediante acuerdos explícitos, sino que se puede suscitar de manera implícita. Al ser pocos los participantes en la industria, estos pueden buscar neutralizar el avance de sus competidores mediante la puesta en práctica de estrategias similares, pero que no impliquen prácticas que afecten de forma considerable la participación de mercado de sus contrapartes; en otras palabras, evitan prácticas agresivas para inducir a sus competidores a hacer lo mismo, de tal forma que se “respete” el nivel de participación de mercado que ambos tienen.

Lo anterior no significa que los acuerdos explícitos no se den; sin embargo, son difíciles de detectar; pero no se descarta su existencia, debido a la cercanía y vínculos que los operadores mantienen en diversos ámbitos y espacios, tal es el caso de los organismos internacionales como la UIT, ante la necesidad de estandarización de tecnologías en la industria, así como su participación conjunta en asociaciones de desarrollo tecnológico o asociaciones empresariales. A esto habría que sumarle que, en muchas ocasiones, los propios operadores se mantienen como socios mediante la participación accionaria o la participación de altos ejecutivos en sus consejos de administración, tal y como sucede, aunque sea de manera indirecta, entre Telefónica y Telmex/América Móvil.

Es así como, la salida de los operadores norteamericanos y europeos de América Latina, no ha significado su abandono total de la región, sino que algunos han mantenido

vínculos con esa región pero de distinta forma, tal es el caso de Vodafone que celebra acuerdos de comercialización con operadores como América Móvil; así como también es el caso de SBC (actualmente AT&T), que es el segundo socio en Telmex/América Móvil, ya que después de la Familia Slim, es el que cuenta con acciones de control del operador mexicano, por lo que tiene representación y poder de decisión en su consejo de administración.

Además, aún existe una presencia importante de otros operadores, como es el caso de Millicom y Digicel, los cuales se han convertido en fuertes competidores de las dos firmas hispanoamericanas en algunos países. Sin embargo, lo que sí es evidente es que aún están lejos de alcanzar niveles de participación equiparables a los dos grandes operadores regionales.

La estructura oligopólica que se ha formado a nivel regional, tiene efectos diversos en el desarrollo del sector en América Latina. De hecho, desde que se llevaron a cabo las reformas de liberalización, no se han logrado cumplir ni alcanzar todos los objetivos de penetración de los servicios entre la población que en su momento planteaban los gobiernos y que justificaron los procesos de privatización del operador público en muchos países.

Es así como en el Capítulo 3 se señaló como la región aún padece de un gran déficit en el acceso que tiene la población a los servicios de telecomunicaciones, problema que viene arrastrando desde que los operadores eran públicos, pero que se acrecentó y se hizo más difícil y complejo cuando se amplió el número de servicios considerados básicos, además de la telefonía, tal es el caso del acceso del internet. Por lo que ahora el continente se enfrenta a un problema de una brecha digital bastante severo.

Perspectivas

En la mayor parte de los países latinoamericanos, una vez que se privatizaron los operadores y se abrió el mercado a la competencia, no se crearon las condiciones institucionales adecuadas que vigilaran el desarrollo del sector, ahora en un contexto de libre mercado. Entendiendo por condiciones institucionales, no sólo los órganos o autoridades con las facultades para hacer cumplir las regulaciones, sino también las políticas, legislaciones y programas que vigilaran y guiaran la actividad de los operadores privados para que contribuyeran a realizar las inversiones necesarias en infraestructura, además de crear condiciones de mercado competitivas que impulsaran a las empresas a ofrecer servicios de mayor calidad a precios más accesibles para el grueso de los habitantes.

Si bien, todo lo anterior se encuentra contenido y contemplado en los discursos oficiales, no se ha logrado materializar de manera adecuada, y cuando se han creado políticas o medidas al respecto, los alcances que llegan a tener no son los suficientes, debido a la falta de capacidad de las instituciones gubernamentales respectivas, ya sea por falta de recursos, voluntad política, o porque, ante la ausencia de una mayor autonomía y autoridad, se vuelven vulnerables frente a los actores privados y blanco fácil de la influencia de intereses económicos y políticos específicos, que desvirtúan su capacidad de acción y mandato.

La formación de una estructura oligopólica en el mercado de la región sólo ha venido a exacerbar estos problemas. Como se sabe, el poder que las empresas en este tipo de mercados tienen frente al consumidor es muy grande, no sólo porque tienen la capacidad de controlar el nivel de los precios, sino de administrar la forma en como los nuevos servicios de telecomunicaciones penetran entre la población.

Estas empresas, sólo atienden aquellos mercados en los que obtienen mayores ganancias, que por lo regular son las zonas urbanas, descuidando aquellas zonas alejadas

o rurales. Esto se refleja en la gran desigualdad en el acceso a los servicios de telecomunicaciones que existe dentro de los países latinoamericanos.

Además de que, al gozar de un dominio de mercado y tener poca competencia, adoptan posiciones cómodas, en las que al tener garantizado cierto nivel de ingresos o rentas por la forma en que tienen cooptados a los usuarios, descuidan la calidad de los servicios que ofrecen y hacen una explotación intensiva de la infraestructura existente, al no verse presionadas a realizar nuevas inversiones.

¿Qué se puede hacer ante tal panorama? o ¿hacia donde tendrían que ir enfocados los esfuerzos de los gobiernos para disminuir la magnitud de estos problemas?

Los cambios se tienen que registrar en dos niveles; primero a nivel nacional, los Estados tienen que implementar medidas más enérgicas para regular la actividad de los operadores, principalmente en materia de competencia. Si bien se reconoce que la tendencia de la industria de telecomunicaciones es formar estructuras oligopólicas e incluso monopólicas por las propias características del sector, esto no quiere decir, que no se puedan establecer regulaciones y condiciones de competencia y de control de la actividad de estas empresas.

Los países desarrollados, como Estados Unidos, han logrado incentivar la competencia en su sector, a pesar de que en ese mercado el tamaño de sus operadores es considerable; esto lo hacen mediante regulaciones que eliminan barreras artificiales a la entrada de nuevos competidores, un ejemplo de ello fue cuando en la década de los noventa las autoridades eliminaron las restricciones geográficas y de prestación de servicios a los entonces operadores regionales o *Baby Bells*, y si bien es cierto que también se generaron mayores niveles de concentración, es indudable que se dio una fuerte competencia entre las empresas por ganar clientes. Además, es necesario disminuir los trámites y flexibilizar los requisitos para la obtención de licencias para que nuevos participantes ofrezcan servicios de telecomunicaciones.

Es por ello que las políticas de competencia, deben de ir acompañadas de otro tipo de medidas, como son el aumento de las sanciones ante la detección de prácticas monopólicas o desleales dentro del mercado y, más que aumentar las sanciones, un buen comienzo es hacer efectivas las existentes. Asimismo, es necesario dar a los consumidores la protección necesaria ante los posibles abusos en los que puedan incurrir los operadores; ya sea ante la posibilidad de interponer demandas y recibir compensaciones justas, así como brindarles la información suficiente sobre el tipo de servicio que contratan y los precios.

En muchos países de la región, aunque existe movilización por parte de asociaciones civiles que promueven los derechos de los consumidores, las autoridades encargadas de dar protección al consumidor, aún no cuentan con las capacidades suficientes para desempeñar de manera adecuada sus funciones.

El otro nivel en donde se deben de tomar medidas al respecto es el regional, y con ello me refiero a los espacios y organismos en donde se facilita la negociación de acuerdos en la materia, tales como la CITEL; que si bien ya desempeñan un papel importante en la regulación del sector en el continente, mediante esfuerzos por armonizar ciertas regulaciones de sus países miembros, así como con el fomento de la cooperación técnica e intercambio de experiencias entre las autoridades sectoriales, es necesario pasar a un siguiente nivel.

Con lo anterior me refiero a la necesidad de hacer esfuerzos por comenzar a plantearse la posibilidad de establecer políticas de carácter regional que fomenten la competencia, la regulación del sector, así como su desarrollo. Para ello sería adecuado la creación de entidades regionales o supranacionales, que vigilen la aplicación de tales medidas. Sin embargo, ello supone la voluntad de los Estados latinoamericanos de dotar de facultades a organismos de este tipo.

Aunque es verdad que esto es difícil, y que la cooperación e integración de la región no siempre ha tenido grandes frutos, es indudable que se debe de tomar en cuenta este tipo de medidas, ya que los operadores tienen un carácter internacional y muchas veces su poder de acción llega a rebasar el de muchos Estados de países pequeños o con instituciones débiles. Estas políticas e instituciones no significarían la sustitución de los poderes o facultades soberanos de los Estados en la materia, sino un complemento y apoyo para regular y vigilar la actividad de los grandes operadores. Los proyectos exitosos de integración económica, como la Unión Europea, han comenzado por acuerdos de carácter sectorial que después se van haciendo extensivos a otros ámbitos.

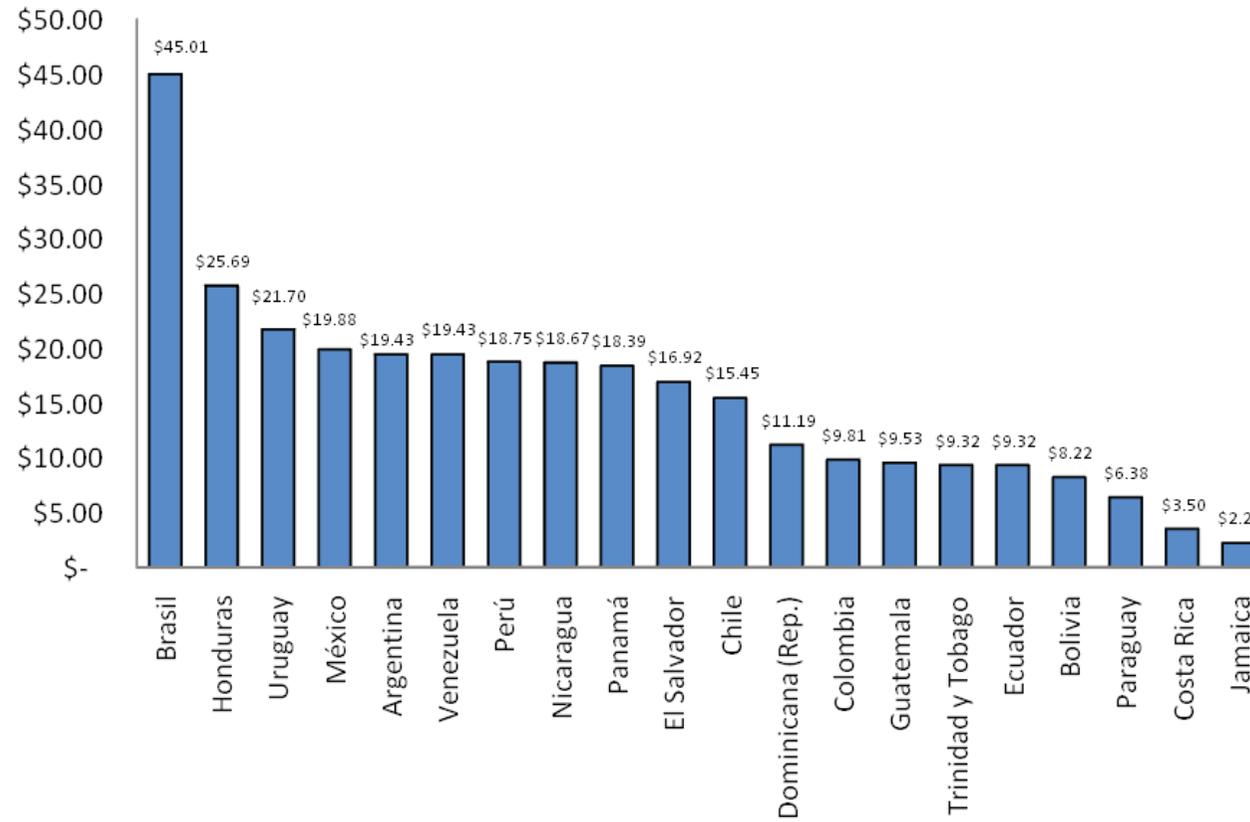
No obstante, es necesario tener en cuenta que los problemas que afectan al sector telecomunicaciones en los países latinoamericanos, tienen que ver también con otros problemas de carácter estructural, como la desigualdad en la distribución de la riqueza entre la población, y que se encuentra relacionada con la falta de eficacia de políticas económicas que impulsen el desarrollo de estas naciones.

Tal vez de lo que se trata es de insertar la problemática de las telecomunicaciones, en el replanteamiento de los modelos de desarrollo económico de carácter neoliberal que adoptaron los países de la región desde las décadas de los ochenta y noventa, y que no han logrado resolver los problemas sociales de la región. El objetivo sería buscar la creación de proyectos económicos que tengan en cuenta el factor humano, sean más incluyentes, y favorezcan a amplios sectores económicos y sociales.

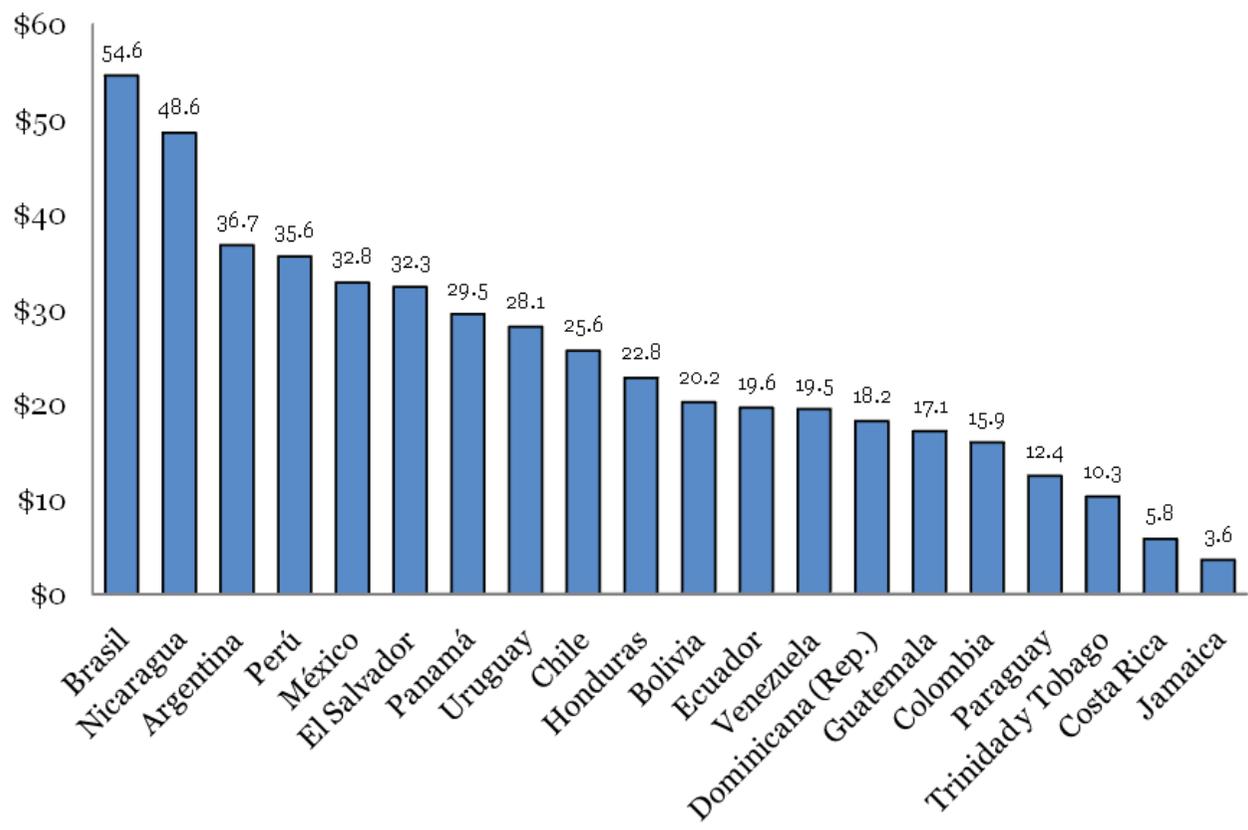
ANEXO

Gráficas de nivel de precios en países de América Latina

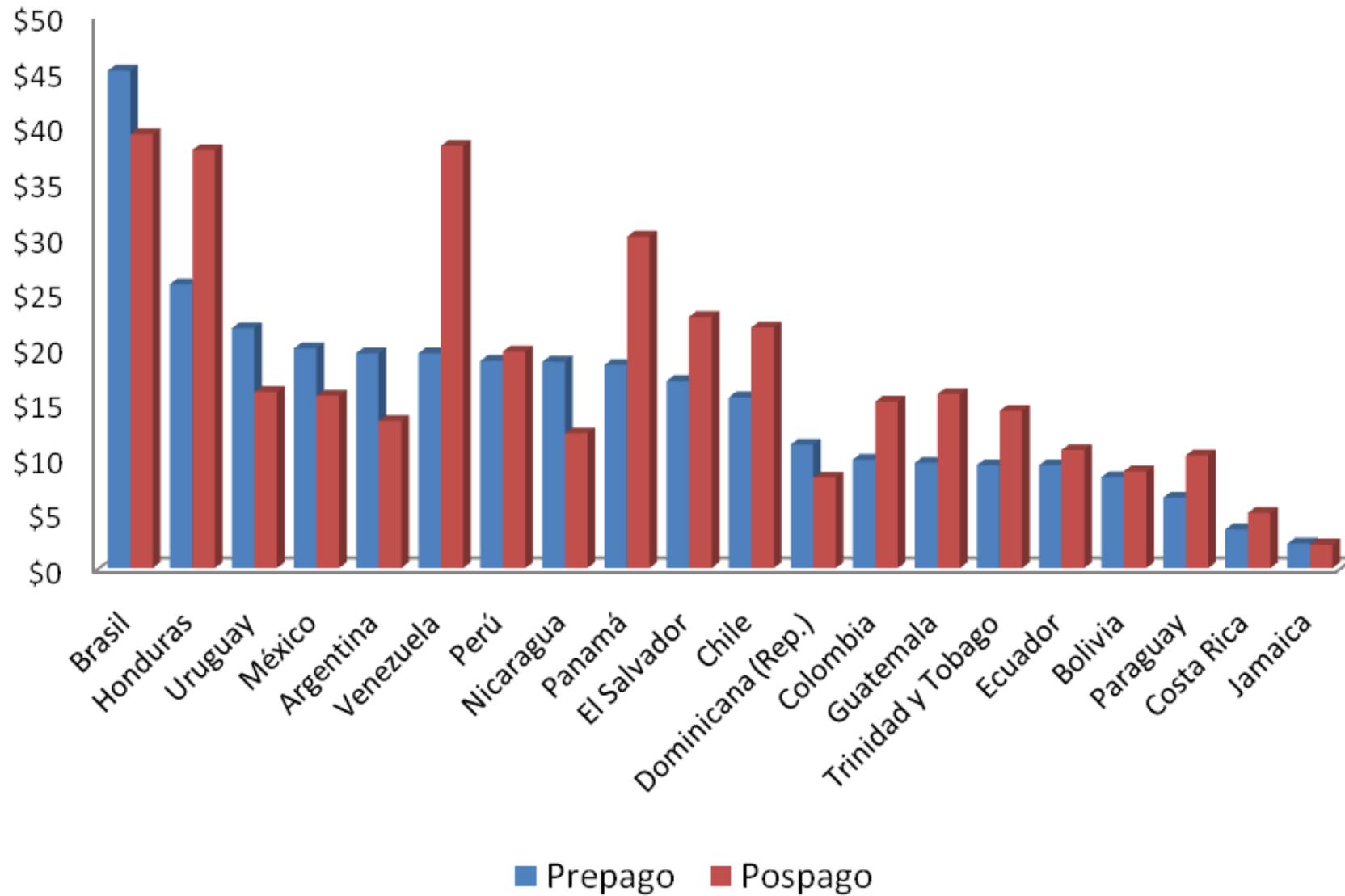
Costo de la canasta de bajo volumen en modalidad prepago, en dólares corrientes (2009)



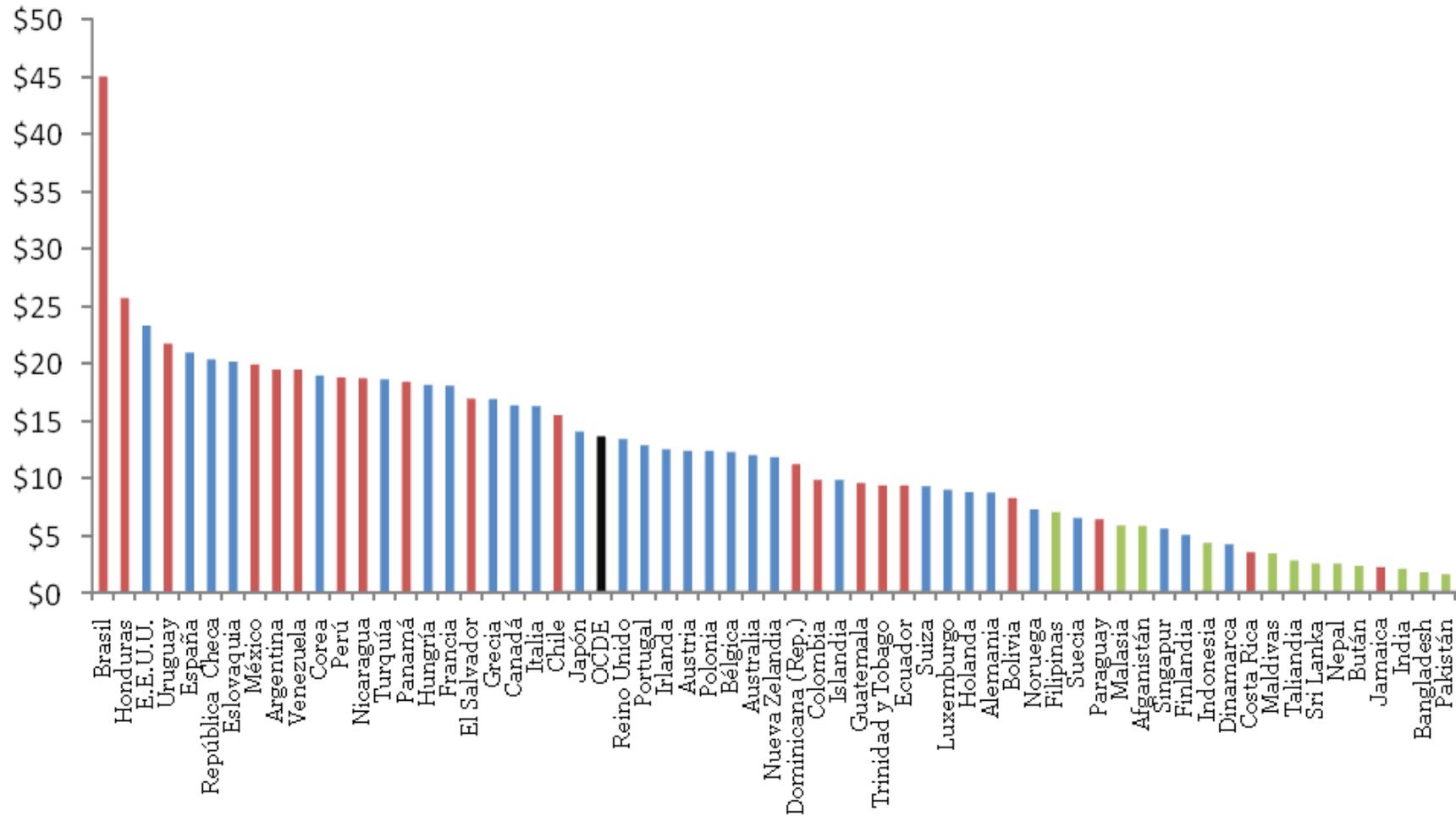
Costo de la canasta de bajo volumen en modalidad prepago, en dólares PPP (2009)



Costo de la canasta de bajo volumen en modalidad prepago vs. pospago, en dólares corrientes (2009)



Costo de la canasta de bajo volumen en modalidad prepago, en dólares corrientes (2009)



Fuente: Hernan Galperin. Tarifas y brecha de asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina y el Caribe, DIRSI, Perú, Diciembre de 2009, pp. 11-14

Bibliografía

ARELLANO Toledo, Wilma. *Política y Derecho de las Telecomunicaciones en Europa, Norteamérica y México*, Porrúa, México, 2009, 457 pp.

AMÉRICA MÓVIL. *Informe Anual 2009*

“Autoridades de Argentina cierran investigación sobre Telecom Italia por supuesto monopolio”, Jueves 14 de octubre de 2010 en **América Económica**, <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/autoridades-de-argentina-cierran-investigacion-sobre-telecom-italia-por-supuesto>

BLOOMBERG. “América Móvil comprará filial de BellSouth”, Atlanta EE.UU., 9 de marzo de 2003, consultado en <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2003/03/09/hoy/negocios/900982.html>

BLOOMBERG. “Telecom Italia pagará 41.6 millones para entrar en la telefonía móvil de Cuba”, Milán, 21 de abril de 2004, Consultado en <http://www.cubanel.org/CNews/y04/apr04/21o7.htm>

BORRODICOM. “Telecom Italia: Preferimos dejar Chile y crecer en Brasil y Argentina”, 28 de enero de 2005, consultado en <http://borrodicom.cl/blog/2005/01/telecom-italiapreferimos-dejar-chile-y.html>

BRONCKERS, Marco C.E.J. y Larouche, Pierre. “Telecommunications Services and the World Trade Organization” en **Journal of World Trade**, Vol. 31, No. 3, La Haya, Junio 1997, 5-45 pp.

BUCKLEY, Peter J. *The Changing Global Context of International Business*, Palgrave McMillan, New York, 2003, 371 pp.

BUIGUES, Pierre A. y Reg, Patrick (Editores). *The Economics of Antitrust and Regulation in Telecommunications. Perspectives for European Regulatory Framework*, Cheltenham UK, 2004, 467 pp.

BUSINESS News Americas. “Ejecutivo: América Móvil suspende planes de entrar a España”, miércoles 2 de Junio de 2005, consultado en http://www.bnamericas.com/news/telecomunicaciones/Ejecutivo:_America_Movil_suspende_planes_de_entrar_a_Espana

CASTILLO, I. “Telefónica refunda su alianza en China con un cruce accionarial con Unicom”, en **Expansión**, 7 de septiembre de 2009, en <http://www.expansion.com/2009/09/06/empresas/telecomunicaciones/1252268892.html>

CAVES, Richard E. *Multinational Enterprise and Economic Analysis* (2da Ed.), Cambridge University Press, 1996, 322 pp.

CEPAL. *Informes sobre Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, años 2000, 2006 y 2007

CHUDNOVSKY, Daniel, Kosacoff, Bernardo y López, Andres. *Las multinacionales latinoamericanas: sus estrategias en un mundo globalizado*, FCE, Argentina, México, 1999, 396 pp.

CROVI Druetta, Delia (Coord.) *Sociedad de la información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, La Crujía ediciones y UNAM, Argentina, 2004, 391 pp.

DERGARABEDIAN, César . “Un gigante de las “telcos” se prepara para desembarcar en la Argentina”, en **iProfesional**, 24 de marzo de 2010 <http://www.iprofesional.com/notas/96186-Un-gigante-brasileno-de-las-telcos-se-prepara-para-desembarcar-en-la-Argentina.html>

DURÁN Juan José. *Multinacionales Españolas en Iberoamérica. Valor Estratégico*, Pirámide, Madrid, 1999, 301 pp.

EFE. “Telefónica renueva su alianza en Telecom Italia”, **El País** Madrid, 28 de octubre del 2009, consultado en <http://www.publico.es/agencias/efe/264823/telefonica/renueva/alianza/telecom/italia/traves/telco>

EFE. “Telecom Italia deberá vender sus activos en Argentina”, **El País**, Buenos Aires, 27 de agosto del 2009, consultado en http://www.elpais.com/articulo/economia/Telecom/Italia/debera/vander/activos/Argentina/elpepueco/20090827elpepueco_6/Tes

ESCRIBANO Sáez, Álvaro, García Zaballos, Antonio y González Gómez, Patricia. “Análisis Económico de las Telecomunicaciones en España: Fortalezas y Debilidades” en **Revista ICE Infraestructura Transportes e Industrias de Red**, No. 808, julio 2003, pp. 71-103

“Evolución del sector de las telecomunicaciones en EE UU” en **Notas: Analisis y prospectiva** de Fundación AUNA.

FLORES-ROUX, Ernesto M. *Las telecomunicaciones en América Latina durante la última década: alcanzando al resto del mundo*, en **Revista de Telecomunicaciones**, No. 118, Abril-Junio de 2009, <http://ahciet.net/actualidad/revista/r.aspx?ids=10799&ids2=21870>

GALPERIN, Hernan. *Tarifas y brecha de asequibilidad de los servicios de telefonía móvil*

en América Latina y el Caribe, Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información, Instituto de Estudios Peruanos y Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, Perú, Diciembre 2009, 33 pp.

GARCÍA, Eduardo. “*En Inbursa ¿Está Slim durmiendo con el enemigo?*” en **Sentido Común**, 17 de mayo de 2010, México, consultado en: <http://bs.sentidocomun.com.mx/articulo-rssfree-mobil.phtml?id=32867&authrssfree=qkpzienvbq>

GARRIDO, Celso y Peres, Wilson. *Big Latin American industrial companies and groups* en **CEPAL Review**, Naciones Unidas/CEPAL, No. 66, Santiago de Chile, diciembre 1998, 12-150 pp.

GILPIN, Robert. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*, Princeton University Press, United Kingdom, 2001.

GONZÁLEZ Luna Bueno, Federico, Soria Gutiérrez, Gerardo y Tejado Dondé, Javier (compiladores). *La regulación de las telecomunicaciones*, Editorial Porrúa, México, 2007, 469 pp.

GUILLÉN, Mauro F. *The rise of Spanish multinationals: European Business in the global economy*, Cambridge University Press, Cambridge, 2005, 268 pp.

HOOD, Neil and Young, Stephen (ed.) *The Globalization of Multinational Enterprise activity and activity and Economic Development*, MacMillan Press, 2000, Great Britain, 418 pp.

HYMER, Stephen and Rowthorn, Robert. “*Multinational Corporation and International Oligopoly: The Non-American Challenge*” en Kindleberger, Charles (edit.) *The International Corporation. A Symposium*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, and London, England, 1970, 57-91 pp.

ITU. *Measuring the Information Society. The ICT Development Index 2009*, Geneva Switzerland.

ITU/Corporate Strategy Commission, *Confronting the Crisis. Its impact on the ICT Industry*, February 2009, Geneva.

LECHUGA Montenegro, Jesús (Coord.) *Tecnologías de la Información y la Nueva Economía*, UAM, México, 2007, 279 pp.

MARISCAL, Judith y Rivera, Eugenio. *Organización industrial y competencia en las telecomunicaciones en América Latina; estrategias empresariales. Serie desarrollo*

productivo, No. 169, CEPAL, Santiago de Chile, Noviembre de 2005, 57 pp.

MARISCAL, Judith y Rivera, Eugenio. *New trends in the Latin American Telecommunications market: Telefonica & Telmex*, in **Telecommunications Policy** No. 29, USA, 2005, pp. 757-777

MARISCAL, Judith y Rivera, Eugenio. *Regulación y competencia en las telecomunicaciones mexicanas*, **Serie Estudios y Perspectivas**, No. 83, Junio 2007, CEPAL subsede México, 44 pp.

MARTÍNEZ, Moisés. “*Fin de la era BellSouth*”, en **La Prensa**, Nicaragua, 31 de marzo de 2005, consultado en <http://archivo.laprensa.com.ni/archivo/2005/marzo/31/nacionales/nacionales20050331-02.html>

MEJÍA Guerrero, Angelina. “*Francisco Gil Díaz será el nuevo director de Telefónica*” en **El Universal**, Sábado 17 de Febrero de 2007, México, <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/56311.html>

MILLÁN, Santiago. “*La telefonía de EE.UU., en tinieblas*”, Viernes 24 de octubre de 2003, consultado en <http://www.americaeconomica.com/numeros4/236/reportajes/santi236.htm>

MILLÁN, Santiago. “*AT&T abandona a sus filiales latinoamericanas*”, 15 de noviembre de 2002, consultado en: <http://www.americaeconomica.com/informes/teleco/atyt.htm>

MILLCOM. *Review of operations 2009*.

MILLICOM International Cellular. *Annual Reports and Accounts 2009*.

NOSIS. “*Telefónica adquiere parte de Telecom Italia*”, miércoles 2 de mayo del 2007, Buenos Aires, consultado en: <http://www.blogfinanciero.com/202/telefonica-adquiere-parte-de-telecom-italia/>

“*Ocho Estados miembros de la UE aventajan a los Estados Unidos en cuanto a la implantación de la banda ancha, de acuerdo con un informe de la Comisión sobre telecomunicaciones*”, en **Informe de Prensa de la Unión Europea** (IP/o8/460). Bruselas, 19 de marzo de 2008.

OECD. *Communications Outlook 2009*, Paris, France, 351 pp.

OECD *Communications Outlook 2009. Perspectivas de las comunicaciones en la OCDE 2009*. Resumen en Español

ORTIZ Mena, Antonio. *México: La Estrategia Comercial y los Acuerdos Internacionales en materia de Telecomunicaciones*, **Documentos de Trabajo**, Programa de Investigación en Telecomunicaciones CIDE, México, Mayo 2003, 17 pp.

OTERO, José F. “*Analizando la partida de Versión y Vodafone*” Viernes 18 de Julio de 2003, México, consultado en: http://www.bnamericas.com/news/telecomunicaciones/COLUMNISTA_INVITADO:_Analizando_la_partida_de_Verizon_y_Vodafone

PEDRERO, Fernando. “*Tiene Telcel cobertura mundial. Firma un acuerdo de roaming internacional con Vodafone*”, **El Universal**, Jueves 16 de marzo de 2006, México, consultado en: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=50568&tabla=finanzas

PULIDO, Antonio. “*¿Crisis en la n-economía?*”, en **N-Economía Servicio de Alerta, Centro de Predicción Económica**, Facultad CC.EE. y EE Módulo E XIV UAM, 19 de Febrero de 2001, p. 2

PORTER, Michael E. *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. tr. Rafael Aparicio Martín, Plaza y Janes, Barcelona, 1991, 1025 pp.

QUIROGA, Carlos A. “*Órgano del BM cierra caso Telecom Italia contra Bolivia*” Consultado en <http://lta.reuters.com/article/domesticNews/idLTASIE5A30R820091104>

REDACCIÓN. “*Telmex compró AT&T y avanza en el mercado argentino*” 25 de octubre de 2003, consultado en www.clarin.com/diario/2003/10/25/p-02202.htm

REDACCIÓN. “*La entrada de Telefónica en Telecom Italia marca alianza telecomunicaciones europeas*”, 30 de abril 2007, consultado en <http://www.faq-mac.com/noticias/22822/entrada-telefonica-telecom-italia-marca-alianza-telecomunicaciones-europeas#>

REDACCIÓN. “*Carlos Slim compra las filiales de Verizon en Latinoamérica*”, Madrid, lunes 3 de abril de 2006, consultado en <http://www.americaeconomica.com/portada/noticias/030406/blslimlu.htm>

RIKU, Lanti, Fred MacDougall y Georges Baume. “*How well do traditional theories explain the internationalisation of service MNEs from small and open economies?*” en **Management International Review**, January 2009, http://findarticles.com/p/articles/mi_hb3265/is_1_49/ai_n31442100/

ROZAS Balbontín, Patricio. *Gestión Pública, regulación e internacionalización de las telecomunicaciones: el caso de Telefónica S.A.* **Serie Gestión Pública**, CEPAL, No. 36,

Santiago de Chile, Julio 2003, 102 pp.

RUELAS, Ana Luz. *México y Estados Unidos en la revolución mundial de las telecomunicaciones*, Universidad Autónoma de Sinaloa, UNAM-CISAN, México, 1996, 307 pp.

RUGMAN, Alan M. *The Regional Multinationals. MNEs and "Global" Strategic Management*, Cambridge University Press, Cambridge -New York USA, 2005, 276 pp.

SALAS-PORRAS Alejandra, y Uscanga, Carlos (Coord.) *Desarrollo regional. Estrategias y Oportunidades*, Gernika- UNAM, México, 2008, pp.

SAMUELSON, Paul A. y Nordhaus, William D. *Economía (Ed. 17)*, McGraw Hill, España, 2002, 701 pp.

SANTISO, Javier. *La emergencia de las multilaterales*, **Revista de la CEPAL**, No. 95, Agosto 2008, Naciones Unidas/CEPAL, Santiago de Chile

SHY, Oz. *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001, 315 pp.

STRANGE, Susan. "Las telecomunicaciones: el control de la comunicación". *La retirada del Estado. La difusión del poder en la economía mundial*, (2da. Ed) Icaria Editorial, España, 2003, 315 pp.

TABOADA Ibarra, Eunice L. (Coordinadora) *Hacia una Nueva Teoría de la Empresa. Elementos desde la Economía Institucional Contemporánea*, UAM, México, 2007, 250 pp.
TELAM. "Telefónica retira su demanda contra la Argentina ante el CIADI", Sección IECO **El Clarín**, 21 de Octubre de 2009, http://www.ieco.clarin.com/empresas/Telefonica-Argentina-Ciadi-demanda-retira_0_69300026.html

"Telecom Italia se va de Chile", en **El Boletín de las Telecomunicaciones**, Viernes 28 de enero de 2005, consultado en <http://www.americaeconomica.com/numeros4/302/reportajes/3santi302.htm>

TELEFÓNICA. *Informe Anual 2009*

TELEFÓNICA I&D. *Informe Anual 2009*

TELMEX. *Informe Anual 2009*

UIT. *Perfiles Estadísticos de la Sociedad de la Información 2009. Región América*, Ginebra, Suiza, 2009.

UNCTAD. *World Investment Report 2009. Transnational Corporations, Agricultural Production and Development*, United Nations New York and Geneva.

UNCTAD, *World Investment Report. Transnational Corporation and the Infrastructure Challenge 2008*, United Nations, Geneva-New York

YAMIN, Mohammad. "A reassessment of Hymer 's contribution to the theory of the transnacional coporation" en Pitelis, Christos N. & Sugden, Roger (edit), The Nature of the transnacional firm, Routledge, London-New York, 1991, 64-80 pp.

WALTER, Jorge y Senén González, Cecilia (compiladores). *La privatización de las telecomunicaciones en América Latina. Empresas y sindicatos ante los desafíos de la reestructuración*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina, 1998, 341 pp.

WILDE G., Roberto. *Formación profesional y sindicalismo en México*. **Boletín Cinterfor**, No. 144, septiembre-diciembre 1998, pp. 123-131.

Sitios Web

Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCJET)

<http://ahciet.net/>

Cable&Wireless Panamá

<http://www.cwpanama.net/default.asp?id=Acerca&prod=Cable>

CDMA Development Group

<http://www.gsmworld.com/about-us/history.htm>

Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL)

<http://www.citel.oas.org/sp/origen.asp#CITEL:%20Sus%20Origene>

Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)

www.cft.gob.mx

Comisión Nacional de Comunicaciones de Argentina

<http://www.cnc.gov.ar/internacionales/mercosur/Pautas.asp>

Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información (DIRSI)

<http://dirsi.net/>

Digicel

<http://www.digicel.com.sv/>

GSM Association

<http://www.gsmworld.com/about-us/history.htm>

3GPP

<http://www.3gpp.org/>

Santandard & Poor´s

<http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/es/la/page.article/2,1,1,2,1138218721253.html>

<http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/es/la/page.article/2,1,3,0,1204841117529.html>

Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU)

<http://www.itu.int/net/about/global-communications-es.aspx>