

COLONIALISMO ACADÉMICO

revista mexicana de
COMUNICACIÓN

■ AÑO DIECISIETE ■ NÚMERO NOVENTA Y UNO ■ TREINTA PESOS

30.00
CITEM
250405

**ESCENARIOS
MEDIÁTICOS
EN 2004**

AMOR SIN BARRERAS: TECNOLOGÍA Y MIGRACIÓN

■ REACOMODOS DE LA RADIO ■ TELECRACIA EN ASCENSO
■ RESPIRA LA PANTALLA GRANDE ■ REPUNTE EN TELECOMUNICACIONES
■ LENTA RECUPERACIÓN PARA LA PRENSA ■ INTERNET: SENSIBLE
INCREMENTO ■ SUPLEMENTO *BITÁCORA* DE RMC





Presidente Honorario:

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Presidente: Omar Raúl Martínez

Vicepresidenta: Esperanza Narváez Perafán

Unidad de Información: Paola Casas

Unidad Internet: Martha Soto

Fondo Editorial: Clara Narváez, Abigail Cervantes

Proyectos Especiales: Roberto Barrios Gaxiola,

Pilar Ramírez, Alfonso Yañez, Fabiola Narváez

Unidad de Libertad de Expresión:

Verónica Martínez, Raúl Velázquez

Asesores de Producción: Hormisdas Cobos (t), Antonio Moreno

Auxiliares de la Dirección: Jorge Jaramillo,

Miguel García, Moisés Lerma

La *Revista Mexicana de Comunicación* es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía, AC. La revista y la Fundación están integradas como observadoras al Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), a la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación y a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Ambas son miembros de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI) y del Instituto Internacional de Comunicaciones (IIC). Representadas en la Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación de Masas. *Revista Mexicana de Comunicación* es una publicación bimestral editada por ECO Información SC. ISSN 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título 72-89. Raúl Martínez Sánchez editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, Col. Roma, México DF 06700, Tel. 52 08 42 61. Impreso en los Talleres de Reproscán, SA de CV, Antonio Maura Núm. 190 Col. Moderna, Delegación Benito Juárez, C.P. 03510 México, DF. Teléfono: 5590 99 32. Distribución: En locales cerrados de toda la República CITEM, Taxqueña 1798, México DF. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseña.

revista mexicana de COMUNICACIÓN

LOS MEDIOS MEXICANOS EN 2004

16 Nuevo escenario mediático
Gabriel Sosa Plata

24 Telecracia en ascenso
Alma Rosa Alva de la Selva

31 Respira la pantalla grande
Marión Estrada

34 Fuerte repunte en telecomunicaciones
Francisco Vidal Bonifaz

39 Sensible incremento en la gran red
Octavio Islas

44 Lenta recuperación para la prensa
José Luis Esquivel

46 Cumpleaños importantes de medios públicos
Lidia Camacho

48 Amor y comunicación sin barreras
Pilar Ramírez

52 De lo analógico a lo digital
Dulce Alejandra Cepeda



secciones y columnas

5 Libreta de apuntes
Actualizar leyes / Omar Raúl Martínez

7 Tecnología y sociedad
De la revolución a la bulimia / Carmen Gómez Mont

8 Refugios periodísticos
La muerte de tres grandes / Jorge Meléndez Preciado

9 Biblioteca
Radioarte, historia, campañas... / Verónica Martínez

10 Tesis, revistas y sitios
Iberoamerica, Internet, educación,... / Fabiola Narváez

12 Mirador europeo
Colonialismo académico / Mariano Cebrián

14 Vidas ejemplares en las letras
Señor y esclavo de la palabra / Miguel A. Sánchez de Armas



En páginas centrales, busque el **Suplemento Bitácora**
Visítenos en mexicanadecomunicacion.com.mx

Fuerte repunte

Las telecomunicaciones lograron retomar la senda del crecimiento acelerado durante 2004. Es cierto que la velocidad de expansión de esta actividad ya no es similar a la de hace cuatro o cinco años, pero ello es una consecuencia de que dicho sector está alcanzando la mayoría de edad, que a su vez lo obliga a buscar nuevas fuerzas fuera del país, de su base original de operación.

Francisco Vidal Bonifaz

La industria de telecomunicaciones vivió en 2004 uno de sus mejores años. El indicador más claro es la expansión que registró el sector, 22.5% en el tercer trimestre del año, uno de los más sólidos del sexenio de Vicente Fox. Así, se consolidó la recuperación de esta importante actividad (Gráfica 1).

Un soporte para dicha expansión fue, sin duda, la recuperación de la economía mexicana así como la de Estados Unidos, y por otra parte el aumento de las inversiones que llegaron a tres mil 845 millones de dólares, según estimaciones iniciales de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel). La cifra no es de las mayores de los últimos años, pero significa un incremento de 66% respecto a lo invertido un año antes.

Pese a todo, como es costumbre, existen desigualdades entre cada componente del sector de las telecomunicaciones. A continuación daremos cuenta de las tendencias más importantes, que también se resumen en el Cuadro 1.¹

a) Expansión en la instalación de líneas de telefonía fija, que crecieron 10.6% hasta septiembre del año pasado, una de las tasas más altas desde el

2002. La cuota se elevó a 17.6 millones de líneas fijas instaladas.

b) La telefonía móvil o celular sigue creciendo, aunque a tasas cada vez menores. No obstante, durante los primeros nueve meses de 2004, el tráfico de llamadas se incrementó 45.8% y el número de abonados aumentó 24.2% hasta alcanzar los 35 millones de usuarios. Es un hecho que éste es uno de los segmentos más dinámicos de las telecomunicaciones.

c) Como consecuencia de la recuperación de la actividad económica, el tráfico —medido en minutos— de larga distancia nacional creció 2.2% durante los primeros meses del año, un cifra modesta.

d) El tráfico de llamadas de larga distancia de salida se incrementó 7.4%, cifra mayor a la de la larga distancia nacional, pero todavía menor respecto a los ritmos demostrados años atrás. En cambio, el tráfico de las llamadas de entrada aumentaron 47.4% durante los primeros seis meses del año, una evolución que —de acuerdo con la Cofetel— puede ser atribuida al repunte de la economía de Estados Unidos.

e) La radiolocalización de personas (conocida como *paging*) prosigue en su inevitable tendencia hacia la desaparición.

Al concluir septiembre de 2004, solamente 131 mil personas se mantenían suscritas a tal servicio, cuando en su época de esplendor llegó a tener un portafolio superior a los 800 mil clientes.

f) En cambio, la radiolocalización de flotas —o *trunking*— retomó su ritmo de avance y registró un crecimiento de 25.3% en los primeros nueve meses del año, que le permitió alcanzar 890 mil usuarios, una nueva marca en su desarrollo.

g) La televisión de paga alcanzó la cifra récord de 4.5 millones de abonados. Ese servicio muestra un fuerte dinamismo, con una tasa de crecimiento de 15.8% en el número de suscriptores durante los primeros nueve meses del año. Pero existen matices, mientras que la televisión que se abastece por medio de microondas —MMDS— avanzó a una tasa de 50%, los usuarios del cable sólo aumentaron 10% y 15.8%, los de televisión satelital.

h) Y los usuarios de Internet habrían llegado a la cifra de 14 millones de personas, 14.9% más que el año previo, según las estimaciones iniciales.

La evolución de las actividades continúa envuelta en polémicas y disputas. Apenas en junio, México y Estados Unidos llegaron a un acuerdo para que se

modificara la forma en que tasaban las tarifas de liquidación de los operadores de larga distancia de Estados Unidos por terminar una llamada en México.²

También se logró un acuerdo para eliminar la práctica de algunos operadores telefónicos de Estados Unidos de controlar llamadas de larga distancia que se realizaban desde México—conocida como *by-pass*— y que tenía un efecto negativo sobre los ingresos de Teléfonos de México (TELMEX).

Al mismo tiempo se presentaron tensiones y controversias sobre la ampliación de los servicios existentes o la incorporación de nuevos, y es un hecho que estas disputas se mantendrán en el futuro.

En la lista de los casos en disputa se incluyen concesiones para operar nuevas frecuencias de telefonía móvil, el ofrecimiento del servicio de radio plus—llamado *push to talk* o PTT— por parte de compañías de telefonía móvil, la introducción de los servicios de voz basados en los protocolos de Internet—conocido como VoIP— y la posibilidad de que las empresas de televisión por cable ofrezcan servicios de comunicación de voz y de que las empresas de telefonía fija brinden la televisión por cable.

Las autoridades han impulsado con cierta timidez algunos ajustes a las regulaciones que rigen esas actividades, como las nuevas reglas de telecomunicaciones internacionales—en concordancia con los acuerdos ya mencionados con Estados Unidos—, la licitación de espectro (radiolocalización de flotillas) celular y satelital y la puesta en marcha del esquema “El que llama paga nacional” para la telefonía móvil.

Sin embargo, el pasivo más importante tiene que ver con TELMEX y su posición en el mercado local, sobre todo si se toma en cuenta que en julio del año pasado la Comisión Federal de Competencia declaró, por enésima ocasión, que la empresa tiene un poder sustancial sobre su mercado.

Rejuego local

El crecimiento desigual de las diferentes actividades que forman parte de las telecomunicaciones se complementa con un desarrollo, también diferenciado, de las empresas que participan en esta actividad.

Las tendencias más importantes dentro del mun-

do empresarial de las telecomunicaciones fueron las siguientes (Cuadro 2).

a) La telefonía fija sigue siendo dominada por Teléfonos de México, aunque a su sombra han logrado sobrevivir cinco empresas medianas y pequeñas. Pese a todos sus esfuerzos y logros, estas compañías no son capaces de hacer frente al fuerte predominio de TELMEX, empresa que factura nueve de cada 10 pesos de ingresos en el mercado de la telefonía fija.

b) Es un hecho que, como veremos más adelante, si bien TELMEX ha iniciado su internacionalización, no ha descuidado el mercado mexicano. Prueba de ello es el despliegue de nuevos servicios, una flexible estrategia de precios—por quinto año consecutivo congelará varias tarifas en el mercado local durante 2005— y en 2004 realizó inversiones por 922 millones de dólares, de los que solamente 53 millones de dólares destinó a sus operaciones internacionales.³

c) Telefónica Móviles logró erosionar el fuerte predominio que mantiene América Móvil en el mercado de telefonía celular. La firma española se adueñó en poco tiempo de una franja no despreciable del mercado. Al finalizar septiembre de 2004, tenía bajo su servicio a 4.5 millones de clientes, convirtiéndose en el segundo operador más importante en el país.

d) Varias empresas que prestan el servicio de telefonía fija y otros más (redes empresariales, Internet, larga distancia, etcétera) como son: Alestra, Axtel y Maxcom lograron sobrevivir a deudas abultadas y renegociarlas para mantener su presencia en el mercado mexicano. El caso de Alestra fue uno de los más graves, pues estuvo a punto de irse a la quiebra. Y también resalta la recuperación de

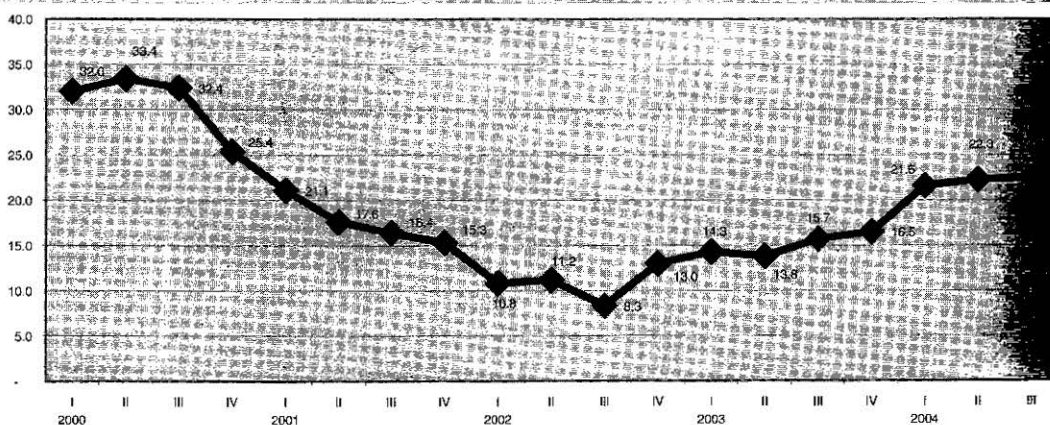
Axtel, empresa que incluso anunció inversiones de 145 millones de dólares en el 2004, para expandirse a nuevas ciudades y consolidar sus operaciones en los mercados donde ya tiene presencia.⁴

e) Dentro de las compañías que lograron sobrevivir destaca el caso de la firma de telefonía móvil Iusacell. Aún sin lograr resolver sus problemas para pagar su deuda de 800 millones de dólares, ha mantenido su operación. Esta firma, junto con Unefon, es controlada por el Grupo Salinas y tiene un parque de 2.7 millones de clientes. Sin embargo, ninguna de las dos compañías tiene asegurada su permanencia, al grado de que se llegó a informar sobre las negociaciones para explorar la posibilidad de que la estadounidense Nextel adquiriera a Unefon.⁵

f) Se celebraron acuerdos de colaboración entre varias empresas del ramo. Destaca el que Avantel decidió suscribir con Telefónica Móviles para lanzar en conjunto nuevos servicios.⁶ Iusacell y Unefon, por su parte, llegaron a un acuerdo de intercambio de capacidad y *roaming*, con lo que Unefon amplió su cobertura de *roaming* en más de 23 mil comunidades bajo la cobertura de Iusacell e inició operaciones en siete ciudades en el Bajío, con lo que expandió su servicio de 19 a 26 ciudades.⁷

g) La entrada y salida de participantes en esta rama de actividad se mantienen viva. Así, mientras que en el mercado de telefonía fija el control de TELMEX parece inamovible, está por resolverse en el futuro inmediato si en el mercado móvil sobreviven dos o tres grandes fuerzas. Hasta ahora América Móvil—la hermana de TELMEX— mantiene el liderato con más de 26 millones de clientes en el país, seguida de cerca de Telefónica Móviles.

Gráfica 1 EXPANSIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES Variación porcentual del ITEL anualizada



FUENTE: Cofetel, ITEL, Indicador de la producción del sector de telecomunicaciones.

Pero ya se habla de que la estadounidense Cingular Wireless —fruto de la coinversión de SBC y BellSouth— ingrese al mercado local de telefonía móvil.

h) Otras compañías podrían diversificar sus negocios. Por ejemplo, Carlos Peralta —ex dueño de Iusacell— que opera en servicios de Internet, podría regresar a la telefonía a través de Protel.⁸ Además, no se descarta que empresas de telefonía fija intenten incursionar en el negocio de la telefonía móvil ahora que la autoridad está en el proceso de licitar nuevas frecuencias para este tipo de servicio.

i) Hacia el final del año se anunció que Nextel había sido adquirida por la estadounidense Sprint. Esta operación —valuada en 35 mil millones de dólares— significó el nacimiento del tercer operador más importante de telefonía móvil en Estados Unidos. Las empresas líderes son Cingular Wireless y Verizon Wireless, esta última filial de Vodafone, la mayor empresa de telefonía móvil del mundo.⁹ Nextel mantiene operaciones en el mercado de la telefonía móvil en México, así que está por resolverse la forma en que esta fusión afectará al mercado mexicano de las telecomunicaciones.

j) Otros operadores han tenido que abandonar el mercado local. DirecTV, una de las dos compañías que ofrecían el servicio de televisión satelital, informó en

octubre que se retiraba de México y que vendería su base de clientes a su rival TELEvisa, que quedaría como la única empresa que proporciona este servicio en todo el país.¹⁰

k) En este mismo sentido, la operadora del servicio satelital Satélites mexicanos vive una crisis que la puede llevar a abandonar sus actividades en el mercado local. La irrupción de nuevos competidores y fallas técnicas en sus satélites han llevado a la compañía a una posición muy comprometida. La empresa no cumplió el año pasado con el pago de sus adeudos que suman 800 millones de dólares, y está a un punto en que el gobierno tome su control o sea vendida a algunos inversionistas privados.¹¹

l) En el mediano plazo, junto con la posible quiebra de Satélites Mexicanos, asistiremos a la desaparición de las empresas que proveen el servicio de localización de personas y es posible que se activen las fusiones en operadoras de los servicios de televisión por cable.

En todo caso, cada vez es más palpable que las compañías que pretenden sobrevivir en el competitivo mercado de las telecomunicaciones deberán buscar alianzas con otras empresas, nacionales o extranjeras o, de plano, iniciar por su propia cuenta la irrupción en los mercados internacionales.

Slim se vuelve global

Si ya desde el año anterior habíamos advertido que Teléfonos de México y Telefónica de España tenían en América Latina un campo de enfrentamiento global, en 2004 esta realidad se hizo palpable.

Como consecuencia, las inversiones de Carlos Slim —que maneja a TELMEX y a América Móvil— en el continente americano avanzaron con paso firme en el año que acaba de terminar:

a) *Febrero*. TELMEX anuncia que concluyó la adquisición de AT&T Latin América, con lo que inicia operaciones en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y Perú.

b) *Abril*. TELMEX adquiere 80% de las acciones de la argentina Techtel.

c) *Abril*. TELMEX anuncia la compra de la chilena Chilesat, por la que pagó poco más de 100 millones de dólares.

d) *Junio*. TELMEX adquiere al menos 30% de la brasileña Net Serviços de Comunicação —el operador de cable más grande de Brasil— con un desembolso que oscilará entre 250 y 370 millones de dólares.

e) *Julio*. TELMEX compra la brasileña Embratel, desembolsa 400 millones de dólares por 19.26% de capital de la compañía.

f) *Agosto*. América Móvil adquiere 50% de la nicaragüense Enitel.

g) *Diciembre*. América Móvil adquiere 41.54% de las acciones de la Compañía de Telecomunicaciones de El Salvador mediante un desembolso de 294 millones de dólares.

Una de las primeras consecuencias de la estrategia de expansión de Slim ha sido que América Móvil se ha consolidado como la mayor operadora de telefonía celular en América Latina, seguida muy de cerca por la española Telefónica Móviles y la consecuente tendencia hacia la formación de un duopolio de telefonía móvil o celular en la región.

La mexicana mantenía un parque de 52 millones de abonados al término del tercer trimestre del 2004, contra 37 millones de Telefónica Móviles.

Sin embargo, ante el avance que también ha conseguido Telefónica Móviles mediante la compra de los negocios latinoamericanos de la estadounidense BellSouth en 10 países de la región, es natural que América Móvil intente mantener el liderazgo en América Latina.

De esta forma, a lo largo del 2004 se especuló la posibilidad de que Slim adquiriera las operaciones de telefonía móvil de Telecom Italia Group (TIM) en América Latina. El poder de TIM no es desdeñable si se toma en cuenta que tiene casi 11 millones de abonados en Brasil, Argentina, Chile, Venezuela, Perú y Paraguay.¹²

Cuadro 1 EVOLUCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	SEP 03	SEP 04	VARIACIÓN	
				Sep 2004/ Sep 2003	Anual 2003/2002
Telefonía fija	Miles de líneas	15,963	17,647	10.6%	9.0%
- Residenciales	Miles de líneas	11,918	13,293	11.5%	10.4%
- No residenciales	Miles de líneas	4,045	4,354	7.7%	5.2%
Larga distancia	Millones de minutos	16,981	17,441	2.7%	6.9%
- Nacional	Millones de minutos	15,389	15,731	2.2%	7.0%
- Internacional de salida	Millones de minutos	1,592	1,710	7.4%	6.1%
Telefonía móvil					
- Usuarios	Miles	28,124	35,057	24.7%	16.1%
- Tráfico	Millones de minutos	2,240	3,144	40.3%	43.4%
Radiolocalización					
- Personas	Miles de usuarios	185	127	-31.0%	-33.8%
- Flotillas	Miles de usuarios	711	890	25.3%	17.8%
TV de paga	Miles de usuarios	3,928	4,550	15.8%	10.6%
- Cable	Miles de usuarios	2,570	2,829	10.1%	5.6%
- Vía satélite	Miles de usuarios	927	1,073	15.8%	2.1%
- Microondas	Miles de usuarios	431	647	50.0%	89.5%
Internet*	Miles de usuarios	12,218	14,036	14.9%	13.5%

* Se refiere a datos estimados de todo el año. FUENTE: Elaborado con información de la Comisión Federal de Telecomunicaciones: http://www.cofetel.gob.mx/economico_estadisticas.shtml

Por otra parte, la compañía está fortaleciendo su presencia en los mercados en que ya opera, por ejemplo, participa en las subastas de concesiones que se realizan en Brasil¹³, sin descuidar su presencia en su base central de operaciones, México, país que aporta 55% de sus ingresos.

América Móvil informó que en 2005 realizará inversiones por dos mil millones de dólares principalmente en México, Brasil y, en menor medida, Argentina.¹⁴

Pero más significativa fue la decisión de que TELMEX dejará de ser una empresa básicamente local para convertirse en una multinacional.

A partir del año que acaba de terminar, está claro que TELMEX buscará consolidar su poderío en América Latina. "TELMEX mantendrá su estrategia de negocios, pero por el momento dirigirá sus esfuerzos hacia el sur del continente y ya no a Estados Unidos"¹⁵, comentó a la prensa Arturo Elías Ayub, director de Alianzas Estratégicas, Nuevas Tecnologías y Comunicación de la empresa, precisamente en los momentos en que se definía la compra de Embratel por parte de la empresa mexicana.

La compra de la brasileña Embratel fue significativa por varias razones. La primera por el intento fallido de Telefónica de España para bloquear la entrada de la empresa mexicana a ese mercado. En segundo lugar, le permitió adquirir a la principal compañía de larga distancia en Brasil, que adicionalmente ofrece servicios de transmisión de datos, acceso a Internet de alta velocidad y telefonía local.

Por si fuera poco, los especialistas estiman que Embratel podría contribuir hasta con 20% de los ingresos de TELMEX y con ello el gran peso que tiene el mercado mexicano en los ingresos de la empresa.¹⁶ Tan sólo en los primeros nueve meses del año 2004, Embratel aportó 7.1% de los ingresos —no consolidados— de TELMEX.

La estrategia de Slim no se contuvo en Brasil. TELMEX decidió la compra de la chilena Chilesat, lo que le significó el control de la tercera empresa más importante de larga distancia en ese país. Es claro que TELMEX seguirá creciendo en América Latina, incluso ya se especula que podría echarse a la bolsa a las operadoras de líneas fijas CANTV de Venezuela y Telecom Argentina.¹⁷

Como complemento de la estrategia de Slim, ha comprado a título personal acciones en la principal firma operadora de cables submarinos del mundo, Global Crossing, en donde ya participa con 10% de su capital.¹⁸ Además tiene bajo su poder 13.8% del capital de la firma telefónica estadounidense MCI.¹⁹

Cuadro 2 **INDICADORES DE EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES**

EMPRESA 2003	ENERO-SEPTIEMBRE 2004		VARIACIÓN
TEMEX*			
Líneas fijas (miles)	15,356	16,816	9.5%
Ingresos (millones de pesos)	89,573	89,916	0.4%
Resultado de operación (millones de pesos)	30,089	30,873	2.6%
Maxcom			
Líneas fijas (miles)	137	155	12.9%
Ingresos (millones de pesos)	565	614	8.7%
Resultado de operación (millones de pesos)	-228	-110	-51.8%
Utilidades (millones de pesos)	-333	-168	-49.4%
Alestra			
Líneas fijas (miles)	571	495	-13.3%
Ingresos (millones de pesos)	4,441	3,877	-12.7%
Resultado de operación (millones de pesos)	237	89	-62.3%
Utilidades (millones de pesos)	-751	-174	-76.8%
Axtel**			
Líneas fijas (miles)	333	418	25.6%
Ingresos (millones de pesos)	2,864	3,589	25.3%
Resultado de operación (millones de pesos)	71	267	277.9%
Utilidades (millones de pesos)	867	-64	
América Móvil (Telcel)*			
Clientes (miles)	22,125	26,831	21.3%
Ingresos (millones de pesos)	39,265	50,478	28.6%
Resultado de operación (millones de pesos)	13,137	18,255	39.0%
Telefónica Móviles*			
Clientes (miles)	2,730	4,495	64.7%
Ingresos (millones de pesos)	4,619	6,384	38.2%
Iusacell			
Clientes (miles)	1,500	1,400	-6.7%
Ingresos (millones de pesos)	3,571	3,940	10.3%
Resultado de operación (millones de pesos)	458	600	31.0%
Utilidades (millones de pesos)	-3,497	-1,598	-54.3%
Unefon			
Clientes (miles)	1,151	1,354	17.6%
Ingresos (millones de pesos)	2,982	3,220	8.0%
Utilidades (millones de pesos)	113	217	92.0%
Nextel			
Clientes (miles)	616	805	30.6%
Ingresos (millones de pesos)	4,444	6,210	39.7%
Resultado de operación (millones de pesos)	1,174	1,824	55.4%

* Son datos de sus operaciones en México. ** Los datos al tercer trimestre son de 12 meses.
FUENTE: Elaboración propia con información de las empresas.

Mediante sus dos principales brazos de telecomunicaciones —TELMEX y América Móvil—, Slim buscará consolidarse en América Latina. En sus propias palabras: "definimos la política de expandirnos a Latinoamérica porque te-

nemos los mismos problemas (los países) tienen los mismos problemas y tenemos experiencia en esos problemas".²⁰

Sin embargo, ese crecimiento no estará exento de obstáculos.

Factor Telefónica

El español Grupo Telefónica opera en el mercado latinoamericano y local de telecomunicaciones mediante varios brazos, entre los que destacan Telefónica y Telefónica Móviles.

La penetración de Grupo Telefónica en el mercado latinoamericano es más añeja que la emprendida por Slim y el año pasado dio un paso adelante mediante la adquisición de los intereses de la estadounidense BellSouth en el mercado de la telefonía móvil.

En marzo de ese año se anunciaba que Telefónica Móviles adquiriría 10 filiales latinoamericanas de BellSouth por medio de una operación valuada en 4 mil 200 millones de dólares en efectivo y mil 500 millones de dólares adicionales en deudas.²¹

Una vez que concluya la fusión Telefónica Móviles saldrá fortalecida, pues además de tener presencia en seis nuevos países, podrá añadir a su facturación alrededor de 2.5 mil millones de dólares anuales y sumará 10.5 millones de clientes más, disputando el liderazgo en el mercado de América Latina a la mexicana América Móvil.²²

Cuando Telefónica Móviles incluya a todos los nuevos abonados a su contabilidad, tendrá un parque que superará los 47 millones de clientes, a los que se sumarán los 22 millones de líneas fijas que Grupo Telefónica administra en la región.

En su conjunto, Grupo Telefónica es una fuerza superior a la que representan

TELMEX y América Móvil. Para tener una idea de la magnitud de esa diferencia, puede señalarse que el grupo español facturó ingresos por 27 mil millones de dólares en los primeros nueve meses del año 2004, mientras que las dos empresas de Slim alcanzaron ventas de 16.6 mil millones de dólares en el mismo lapso.

Hasta ahora no se vislumbran nuevos operadores globales que puedan ingresar al mercado de América Latina. Sin embargo, no es posible descartar que aparezca algún grupo, el más probable podría ser el inglés Vodafone, que tratará de irrumpir en el mercado mexicano y latinoamericano de telecomunicaciones.

En todo caso, también se ha mencionado que fuerzas regionales, como la que encabeza el magnate venezolano de los medios, Gustavo Cisneros, podría interesarse en entrar a competir o coinvertir—incluso con el propio Slim— en el mercado de las telecomunicaciones de América Latina.²³

En la medida que ello no suceda, esta parte del planeta, estará cada vez más copada por el duopolio español y mexicano.

EMC

Notas

- 1) Los cálculos fueron elaborados con base en las series que proporciona la Cofetel. Disponibles en: http://www.cofetel.gob.mx/economico_estadisticas.shtml
- 2) *Infosel Financiero*, México, 1 de junio de 2004. Disponible en: <http://mx.invertia.com/>

noticias/noticia.aspx?idNoticia=200406011619_INF_27681388

3) Véase el informe financiero de la compañía correspondiente al tercer trimestre de 2004. Disponible en: <http://www.telmex.com.mx/netscape/esto/pdfs/3trim04.pdf>

4) "Axtel invertirá 145 millones de dólares en expansión en México", Reuters, 2 de junio de 2004.

5) "Unefon en contacto para posible venta a Nextel", Reuters, 20 de julio de 2004.

6) "Avantel, Telefónica Móviles unen fuerzas en México", Dow Jones, 22 de julio de 2004.

7) "Iusacell y Unefon firman acuerdo intercambio capacidad y roaming", Reuters, 20 de agosto de 2004. Véase el informe de Unefon respecto a su desarrollo financiero del tercer trimestre de 2004. Disponible en: <http://www.unefon.com.mx/site/content/nav/productos/corporativo/prensa.jsp>

8) *El Financiero*, México, 13 de febrero de 2004.

9) "Operadora telefónica Sprint comprará Nextel por 35,000 mlns dlrs", Reuters, 15 de diciembre de 2004. Disponible en: http://mx.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200412151613_RTI_1103127207nL15116970

10) *El Universal*, México, 12 de octubre de 2004, p. 1.

11) "Amenaza la SCT con retomar Satmex", *Infosel Financiero*, México, 30 de diciembre de 2004. Disponible en: http://mx.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200412301726_INF_28275218

12) "América Móvil lanzará una oferta por los activos latinoamericanos de TIM para competir con Telefónica Móviles". Asociación Española de Comunicaciones Móviles, aecom.com, 9 de septiembre de 2004. Disponible en: <http://www.aecom.org/content.asp?ContentTypeID=2&ContentID=2024>

13) *El Mercurio On line*, Santiago, 15 de Septiembre de 2004. Disponible en: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=59050#>

14) *El Universal Online*, México, 27 de octubre de 2004.

15) *El Universal*, México, 5 de mayo de 2004, p. 5, Finanzas.

16) *Infosel Financiero*, México, 17 de marzo de 2004.

17) "Telmex busca bríos con expansión internacional", Reuters, 16 de abril de 2004.

18) "Carlos Slim, un damnificado de la nueva crisis de Global Crossing", *América económica*, 15 de octubre de 2004.

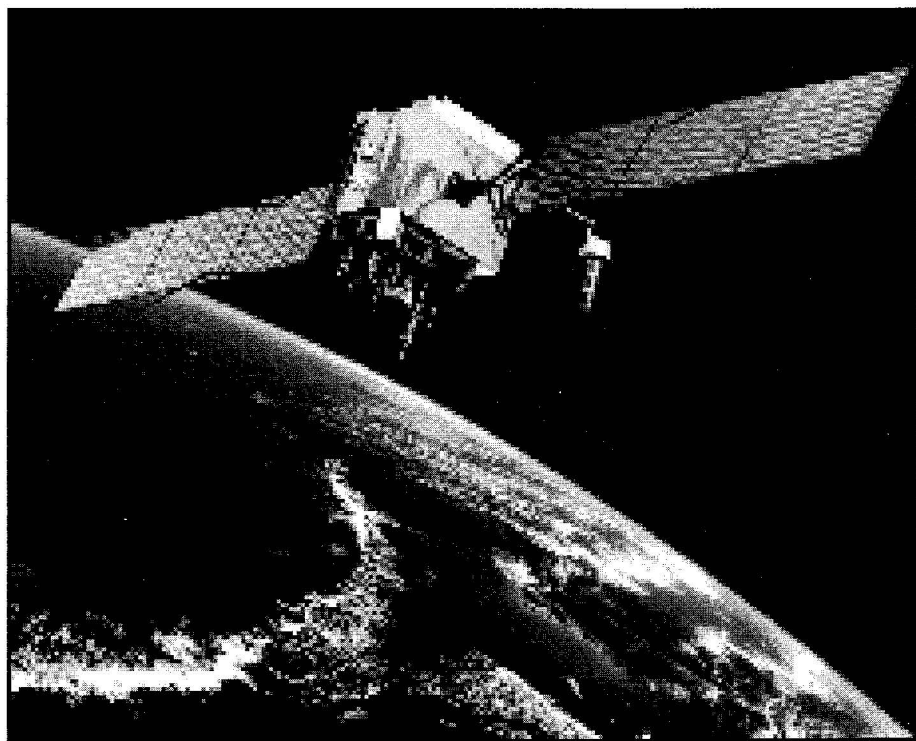
19) "Slim aumenta a 13.8% su participación en MCI", Reuters, 13 de mayo de 2004.

20) "Expande Telmex presencia en América Latina", *El Universal Online*, México, 19 de mayo de 2004. Disponible en: http://www.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_noti=223569&tabla=notas_h

21) "Adquiere Telefónica activos de BellSouth", *Invertia*, México, 8 de marzo de 2004. Disponible en: http://mx.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200403081542_AGE_27585644

22) "Telefónica da por cerrado el crecimiento no orgánico en América Latina", *Invertia*, México, 8 de marzo de 2004.

23) "Carlos Slim busca el momento propicio para dar un nuevo golpe en Chile", *La Tercera*, Santiago de Chile, 31 de octubre de 2004.



Grupo Telefónica, fuerza superior a la de TELMEX y América Móvil.

Economista y periodista. Director de Medios en Grupo Consultoría Estratégica, firma especializada en diseño de estrategias de comunicación y manejo de crisis. Correo electrónico: fj_vidal@yahoo.com.mx