

Regulación e internacionalización de las telecomunicaciones mexicanas

Ana Luz Ruelas*

Discusses how Mexico joins the phenomenon of telecommunication globalization, adopting deregulation in the sector and the merging of different telecommunications segments. Likewise it ponders the challenges faced by Mexican regulatory agencies to foster development in the sector and guarantee equitable regional distribution of the infrastructure and joint business competition, as well as maintaining alive the commitment to achieve nationwide service.

Ninguna industria en el mundo observa un flujo tan intenso como las telecomunicaciones. Ninguna, a decir de los agentes económicos, tiene un futuro tan promisorio como ellas, aunque en su desarrollo a corto y mediano plazo se vislumbra un cúmulo de incertidumbres.

* Investigadora de la Facultad de Historia de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Es nivel I del Sistema Nacional de Investigadores. E. mail: aruelas@uas.uasnet.mx.

La que por más de setenta años fuera una industria estable, casi tediosa, que se dedicaba a tender cables de cobre de un lado a otro y a colectar tarifas telefónicas estrictamente reguladas, hoy se caracteriza por ser un negocio complejo y brutalmente competitivo. Actualmente, no es posible predecir cuál tecnología prevalecerá en el futuro cercano para las comunicaciones: si la tecnología inalámbrica, el cable, la fibra óptica o el satélite. En cuanto a regulación, ya se aprecian serios problemas de control de los agentes económicos al interior de los países y se prevé que pronto se extenderán a conflictos de regulaciones supranacionales.

Los escasos monopolios públicos que hoy se conservan, entre ellos los doce europeos, muy probablemente empezarán a reestructurarse en 1998 para dar paso a la competencia, como lo han hecho ya la mayoría de los países. Las empresas estatales que todavía existen en algunos países de América del Sur (Brasil, Ecuador, Colombia, Panamá) están en vías de privatizarse y todo apunta para que hacia el año 2000 la industria estará mundialmente desregulada.

Nos encontramos, pues, ante una industria que seguirá observando fuertes cambios y sobre todo será fuente de disím-bolos conflictos que se agudizarán en la próxima década, tales como: la violación a las soberanías nacionales tanto por el uso de tecnologías que rebasan fronteras geográficas (satélites de órbita baja), como por la prevalencia de normas supranacionales; invasión a la privacidad de los particulares; intervención electrónica de las actividades de organismos y grupos políticos y sociales; conflictos entre gobiernos con empresas locales y transnacionales, entre otros.

Estos problemas provienen fundamentalmente de la desregulación y liberalización económica que han llevado a que una serie de acciones y decisiones para el sector ya no sean determinadas por las autoridades públicas, sino que sean los agentes económicos quienes impongan *de facto* sus criterios y reglas.¹

1. Algunas de las tácticas que siguen las empresas para incidir en las decisiones de las autoridades públicas, son abordadas por Jill Hill (1986).

Hasta antes del inicio de la década de los ochenta, las autoridades nacionales eran los principales, si no es que los únicos, que determinaban las políticas del sector: régimen de competencia y operación de empresas transnacionales, normas de interconexión de redes, reglas para que concurrieran las mismas empresas en distintos mercados del sector (servicio telefónico básico, telefonía celular, televisión por cable, manufacturación de equipo, etcétera), y establecimiento de tarifas. Hoy estas mismas políticas son fuertemente influenciadas cuando no definidas directamente por las empresas, cuyo alcance ya no es sólo nacional sino internacional.

La internacionalización se ha ido consagrando paulatinamente, las características comunes (aunque con variantes) que se han impuesto en países tan disímiles como China, Nueva Zelanda, Cuba, Canadá y Chile, son: apertura en telefonía básica a las inversiones extranjeras y, separación del papel de regulador y prestador del servicio,² la formación de alianzas estratégicas entre empresas de distintos subsectores de las telecomunicaciones (léanse operadoras telefónicas, prestadoras de servicios de televisión por cable, compañías de telefonía celular, televisión restringida, diseñadoras de *software*, manufactureras de equipo, televisión abierta y empresas de entretenimiento).

La operación de las transnacionales de las telecomunicaciones en mercados por separado está siendo rebasada con estrategias de funcionamiento global.³ El arma idónea que se ha encontrado para ello son las fusiones, alianzas y acuerdos estratégicos con compañías locales.

2. Para ver un repaso de las características regulatorias comunes que han adoptado las telecomunicaciones en diversos países consultar Ana Luz Ruelas, *México y Estados Unidos en la revolución de las telecomunicaciones* (capítulo 4), México, CISAN/UNAM-UAS (en prensa).
3. Para conocer algunas características de las redes que han hecho posible el funcionamiento global de las empresas, véase Eli M. Noam, "The Three Stages of Network Evolution", en Eli M. Noam, Seisuke Komatsuzaki y Douglas A. Conn, *Telecommunications in the Pacific Basin. An Evolutionary Approach*, New York, Oxford, Oxford University Press, 1994, pp. 25-26.

Antes de abordar el caso de México, veamos primeramente cómo se vienen tejiendo las estrategias de competencia internacional y concentración de mercados por los más grandes consorcios transnacionales de telecomunicaciones.

Las alianzas de mayor alcance se han establecido entre las empresas de telecomunicaciones norteamericanas y europeas que buscan posesionarse en los mercados y consolidarse como las primeras compañías de telecomunicaciones globales.

Las cuatro mega alianzas más importantes que se han establecido, de acuerdo con los ingresos combinados en 1994, son: la Phoenix, WorldPartners, Concert y Unisource.

Hasta el momento se ubica en primer lugar la Phoenix, cuyas empresas combinan ingresos por 74 mil millones de dólares. Es la más grande de todas las alianzas continentales, encabezada por la alemana Deutsche Telecom AG, que es la segunda más grande operadora mundial de servicios de telecomunicaciones. Se ha aliado con France Telecom (la tercera operadora ranqueada en términos de líneas manejadas) y Sprint (la tercera operadora de larga distancia de Estados Unidos).

En segundo lugar se encuentra el proyecto WorldPartners (Transpacífico). Se conforma con la norteamericana AT&T (American Telegraph and Telephone)⁴ al frente, acompañada de la japonesa KDD (Kokusai Denshin Denwa) y Singapur Telecom. Con esta alianza se cubre el mercado emergente de la región del pacífico asiático y obviamente el de Estados Unidos. AT&T ha promovido el proyecto Transpacífico, aportando 50%, con KDD de Japón (30%) y Singapur Telecom (20%). Han establecido a la vez convenios con empresas de Australia, Corea, Nueva Zelanda, Hong Kong y Canadá (Telstra OTC de Australia, Korea Telecom, Telecom New Zealand, Hong Kong Telecom, Unitel de Canadá y el consorcio Unisource).

4. Los ingresos internacionales de AT&T en 1994 ascendieron a 18.75 mil millones de dólares, que equivalen a 25% del total mundial. Sus ingresos más importantes provienen de Asia y Norteamérica. *Businessweek*, 27 de marzo de 1995, p. 176.

En tercer lugar se ubica la alianza denominada Concert, encabezada por British Telecom (BT),⁵ la operadora telefónica dominante en el Reino Unido. Su aliada es la estadounidense MCI, la segunda más importante operadora de larga distancia en ese país. En junio de 1993 MCI acordó con British Telecom que ésta última adquiriera 20% de la primera por 4.3 mil millones de dólares y la creación de una empresa de riesgo para ofrecer servicios globales de voz y datos a usuarios multinacionales.⁶ El trato fue aprobado por el Departamento de Justicia de Estados Unidos en junio de 1994 considerando que el mercado británico estaba suficientemente abierto a la competencia extranjera.

En cuarto lugar se encuentra la alianza denominada Unisource establecida entre las operadoras telefónicas principales de España (Telefónica de España), Suiza (Swiss PTT), Holanda (PTT Netherlands) y Suecia (Telia).

Con estas mega alianzas se están creando las redes globales que operarán con enormes ventajas tales como enrutar llamadas telefónicas de un país a otro, como si se tratara de la red de una misma compañía; simplificación de los servicios y facturación en una misma moneda. Se trata de vender servicios de telecomunicaciones en un solo punto, es decir, las reglas de operación, la contabilidad, la tecnología y las tarifas, se determinarán por un consorcio que centralizará el manejo de las estrategias y el trato con los clientes; actividades que tradicionalmente realizaban por separado las compañías desde cada país.

Por medio del servicio telefónico 800, por ejemplo, las compañías inician llamadas en un país y las terminan en otro

5. Sus ingresos internacionales en 1994 fueron por 3.1 mil millones de dólares, 14.3% del total mundial.
6. También han establecido un acuerdo de distribución con empresas de Noruega, Dinamarca, Finlandia y Japón (Norwegian Telecom, TeleDanmark, Telecom de Finlandia y Nippon Information & Communication, respectivamente) (Calabrese y Redal 1995: 46).

sin necesidad de establecer presencia en la red destino de una llamada y a menudo sin haber obtenido aprobación de las autoridades nacionales ni haber cumplido los requisitos locales de obtención de licencia. Los clientes más beneficiados con estas estrategias corporativas son obviamente los conglomerados multinacionales que comercian, producen o prestan servicios en varios países y, en consecuencia, requieren de servicios de telecomunicaciones para desempeñarse con eficacia y ser competitivos.

No es coincidencia que los mercados hacia donde se dirige la competencia más fuerte de las redes globales sean los países en los que tienen su sede y donde se concentran en mayor número las oficinas centrales de las empresas multinacionales. El mercado mundial de las telecomunicaciones es de aproximadamente 600 mil millones de dólares (25% en producción y equipo y 75% en servicios) y se proyecta que para el año 2000 podrá ser de 910 mil millones. El mercado está basado en alrededor de 550 millones de líneas telefónicas, de las cuales América del Norte y Europa concentran 69% (Sánchez Daza 1994: 9). Así, tenemos que en Estados Unidos se localizan 30% de las oficinas matrices de las grandes transnacionales, en Japón 29%, en Europa 25%, en Gran Bretaña 8% y el resto en otros países.⁷ El objetivo prioritario es llevar los servicios de telecomunicaciones más avanzados a los grandes usuarios que operan desde los países industrializados, tales como American Express, City Bank, Merrill Lynch, las cadenas de hoteles, grupos financieros y de seguros, compañías aeronáuticas, entre otras. En los planes de expansión de las transnacionales, llevar algún tipo de servicio que favorezca a comunidades apartadas de las zonas de concentración urbanas, sólo aparece mencionado para llenar un requisito solicitado por los gobiernos, aunque no se exija su cumplimiento efectivo.

7. Porcentajes tomados de *Businessweek*, 27 de marzo de 1995, p. 177.

Las telecomunicaciones mexicanas y las estrategias de internacionalización

México se caracteriza por ser un campo experimental de la internacionalización de las telecomunicaciones. Los acomodados empresariales que están teniendo lugar en nuestro país a propósito del proceso de liberalización del mercado del servicio telefónico de larga distancia a partir de agosto de 1996, son el escenario de dicha internacionalización.

En México, las telecomunicaciones se han convertido en un punto crucial del desarrollo económico y social, al igual que lo han sido en estos últimos años el ejido, la banca, el petróleo y el transporte público. Es perfectamente reconocido que para nuestro país, lo mismo que para los demás países, la disponibilidad de una moderna infraestructura de telecomunicaciones es condición indispensable para el óptimo desempeño y despegue de otros sectores económicos como la banca, los servicios financieros y de seguros, el turismo; así como la educación e investigación.

Desde principios de 1990, cuando se lanzó la convocatoria para la reprivatización de Telmex, México vive una reestructuración de las telecomunicaciones que ha ido a una velocidad inusitada. En cinco años el sector experimentó una apertura que debe haber asombrado a los mismos Margaret Thatcher y Ronald Reagan, decididos promotores del liberalismo económico.

Las telecomunicaciones mexicanas, de ser un sector herméticamente cerrado, dominado por un monopolio gubernamental, hoy compite junto con Nueva Zelanda, Chile y Jamaica por ocupar el primer lugar mundial en cuanto a grado de apertura. Esto empezó a finales de 1988 cuando se liberalizó el comercio de equipo terminal a una participación extranjera en 100%, en 1990 en telefonía celular se aceptó participación extranjera en 49% que ahora es de 100%, y en 1995 se desreguló la telefonía básica para aceptar hasta 49% de participación foránea.

En comunicaciones vía satélite, hasta mediados de este año junto con la telegrafía, los únicos segmentos reservados —por

estratégicos— al Estado, ya se permite participación nacional y foránea, de acuerdo con la Ley Federal de Telecomunicaciones aprobada el 6 de junio de 1995.

Otra característica que nos ubica entre los campeones de la desregulación es la aceptación legal por parte de la Comisión Federal sobre Competencia⁸ para que una misma compañía (alianza Telmex-Cablevisión) preste los servicios de telefonía básica y televisión por cable, cuestión que en Estados Unidos llevó dos décadas en decidir, mientras se analizaba la pertinencia de la fusión de las operadoras regionales del servicio telefónico y las compañías de televisión por cable.

Obviamente que el problema principal de las telecomunicaciones a estas alturas ya no es tanto la celeridad de la desregulación y liberalización en sí mismas. Aunque esta celeridad nos ubica en situaciones que ya ni los propios países desarrollados como Estados Unidos pueden regular con eficacia, ni siquiera apoyándose en grupos de expertos, instituciones sólidas, antecedentes de trabajo regulatorio consistente, existencia de agencias especiales y enorme vigilancia de los usuarios sobre la calidad de los servicios. Uno de los casos más recientes es el de la colusión de mercados de televisión por cable y telefonía presentado en Estados Unidos antes de que eso se permitiera por una ley federal de comunicaciones, y cuando la Cable Television Consumer Protection and Competition Act de 1992 prohibía expresamente dicha combinación de mercados.

Lo que sí es preocupante es que las decisiones de desregulación y liberalización del mercado nacional se adopten al calor de problemas coyunturales, al margen de un proyecto integral de desarrollo de las telecomunicaciones, que abarque los diversos aspectos que involucra un sector de la relevancia de las telecomunicaciones: la incorporación de nuevas tecnologías, cumplimiento de objetivos de servicio universal, instalación de infraestructura procurando un desarrollo regional equilibrado, competencia entre empresas de los diversos seg-

8. Creada de acuerdo con la Ley Federal de Competencia Económica el 18 de diciembre de 1992 y que sustituye a la Ley Orgánica del artículo 28 constitucional en materia de monopolios.

mentos del sector (radiodifusión, televisión por cable, telefonía celular, telefonía básica).

Contra lo recomendable, la reestructuración de las telecomunicaciones mexicanas ha empezado por los hechos, es decir, el gobierno hace una serie de compromisos con los agentes económicos y posteriormente se emiten leyes *ad hoc*, utilizando al derecho como instrumento de legitimación de hechos cuasi consumados y no como real marco normativo para proyectar el desarrollo.

Precisamente, a raíz de la catástrofe económica y financiera del país desatada desde diciembre de 1994, las telecomunicaciones se utilizaron una vez más como uno de los recursos importantes de paliativo de la crisis financiera y para recuperar la confianza de los inversionistas. Inmediatamente el gobierno anunció en enero de 1995 que se aceleraría la introducción de competencia en los servicios de larga distancia y que se privatizarían las comunicaciones vía satélite.

En ese contexto, se entiende que la expedición de la Ley Federal de Telecomunicaciones tuvo como objetivo primordial salir al paso a una situación de emergencia económica nacional y se colige que el propósito no fue tanto dotar finalmente de una ley específica al sector, sino infundir confianza a los agentes corporativos interesados en invertir en el país tanto en telecomunicaciones como en otros sectores.

Así, a cinco años de haberse emprendido la desregulación y liberalización del sector, se enfrentan problemas más complejos, pues las autoridades se quedaron sin márgenes de decisión autónoma para imponer directrices sobre el desarrollo de las telecomunicaciones y garantizar, por un lado, una distribución regional equitativa de la infraestructura, competencia empresarial justa, así como mantener vigente el compromiso de servicio telefónico universal. La urgencia por atraer inversiones para el sector en momentos de crisis económica da margen para que los inversionistas extranjeros impongan condiciones tales como decidir por su cuenta regiones o ciudades en las cuales

invertir,⁹ tipo de tecnología a introducir, realización de fusiones o acuerdos empresariales al margen de la regulación establecida, etcétera.

Un riesgo que se vislumbra a corto y mediano plazo es que el territorio nacional pueda convertirse en un puente para que las empresas estadounidenses establezcan un mercado global continental, regido por normas comunes, diseñadas por cerrados grupos de consultores de las empresas transnacionales que pasan por alto las políticas de desarrollo empresarial de las telecomunicaciones ligadas al progreso social.

A propósito de la apertura a la competencia nacional y extranjera del servicio telefónico de larga distancia, se ha observado que los principales grupos corporativos, que se están conformando para ingresar al mercado en 1997, no tienen como objetivo únicamente acometer el mercado doméstico. Este sólo es un trampolín para incursionar en los demás mercados, abarcando desde Centroamérica, el Caribe y Sudamérica. Lo que se está promoviendo es la internacionalización de las empresas de telecomunicaciones. Es decir, ahora que la mayoría de los mercados latinoamericanos están abiertos o en vías de desregularse, las empresas extranjeras no están conformes con operar únicamente dentro de las fronteras nacionales. Lo que buscan y están logrando rápidamente es operar sobre bases globales, venciendo las mínimas barreras legales que aún existen. Nuestros mercados, por deprimidos e insignificantes en tamaño frente a los de los países desarrollados como Estados Unidos y Francia, son tomados por las grandes empresas como un mero puente para enlazar los diferentes mercados nacionales entre sí.

9. Rolando Zubirán, director de planeación estratégica de Ericsson de México, señala que "ante todo los proyectos deben ser rentables, de modo que la llamada 'telefonía social' sólo aparece en tres puntos: escrita en la ley, en la buena voluntad del mercado y, en el plazo más largo, cuando el nivel de vida mejore en esas zonas", *Expansión*, 5 de julio de 1995, p. 48. Es posible que el fenómeno de la banca extranjera se repita en las telecomunicaciones. Es decir, más que llegar a ofrecer servicios de telecomunicaciones para los pequeños usuarios comunes y corrientes, las transnacionales introducirán tecnología de punta en sus redes, principalmente para atacar el segmento de los grandes usuarios de Telmex.

En general, los principales acuerdos estratégicos establecidos entre las empresas norteamericanas con grupos económicos y empresas de telecomunicaciones mexicanas han manifestado que, además de su interés por entrar de lleno a la competencia en México, los ven como una plataforma de expansión hacia América del Sur. O sea, que los proyectos empresariales son continentales y lo que George Bush anunció hace cinco años como proyecto económico de su gobierno, con amplia cobertura continental para las Américas, lo están llevando a cabo por su cuenta las mismas empresas. Incluso en el mismo Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), ante la lentitud de las negociaciones multilaterales, se formó en abril de 1994 un grupo especial para buscar la liberalización del sector.

Desde mediados de 1994, en vísperas de vencer el plazo de gracia otorgado a Telmex (agosto de 1996) para fungir como monopolio del servicio de larga distancia, se empezaron a establecer fusiones y acuerdos de entendimiento. Los acuerdos más importantes de grupos corporativos mexicanos se han dado con las tres principales empresas que prestan el servicio de larga distancia en Estados Unidos (que ya operan también en Canadá): AT&T, MCI y Sprint.

En primer lugar se ubica la alianza Telmex-Sprint. Además de ejercer el monopolio sobre la red telefónica, la alianza con Sprint (la tercera operadora del servicio de larga distancia en Estados Unidos) le abrirá a Telmex la posibilidad de ofrecer servicios de consumo y operadores de tráfico, con servicios de voz, video y datos, así como redes y servicios de tarjetas de viajero (Telcard). Ambas compañías realizarán transferencia de tecnología, mercadotecnia sin fronteras entre México y Estados Unidos, registro de marcas y propiedad intelectual. Telmex funcionará como operador de datos para Sprint en México en cuanto a servicios internacionales de valor agregado.¹⁰

En segundo lugar tenemos el acuerdo entre AT&T con el Grupo Alfa. Para 1994 AT&T, la más grande empresa de telecomunicaciones del mundo, controlaba 71% del mercado de larga

10. *Expansión, op. cit.*, p. 53.

distancia en Estados Unidos y tenía operaciones en 190 países. Conquistar el mercado mexicano para AT&T significa sólo un paso más dentro de la estrategia que se trazó hace 11 años, cuando fue retirada del servicio telefónico local en Estados Unidos y adoptó la estrategia de expandir sus operaciones hacia el exterior.¹¹

En tercer lugar se ubica el acuerdo entre MCI (MCI International Telecommunications Corporation) y Banamex (Promotora Banamex de Sistemas de Teleinformática y Telecomunicaciones) con la creación de la empresa Avantel (Avance Telecomunicaciones de Latinoamérica) en octubre de 1994. MCI, que es la segunda operadora del servicio telefónico de larga distancia en Estados Unidos, ha manifestado abiertamente que para ellos el mercado mexicano representa un eslabón fundamental dentro de su estrategia de internacionalización y es el puente natural hacia toda América Latina. Por su parte, Banamex es el mayor banco del país y cuenta con una amplia base de clientes empresariales que podrían, dado el caso, abonarse a su sistema telefónico.¹²

También, en octubre de 1995 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó concesión al Grupo Iusacell aliado con Bell Atlantic Latin American Holding, Inc. (socio tecnológico) para instalar, operar y explotar una red pública de telecomunicaciones a través de la cual se podrán prestar servicios telefónicos de larga distancia nacional e internacional durante 30 años, así como servicios de telecomunicaciones de

11. La sociedad prevé invertir alrededor de mil millones de dólares en cinco años, correspondiéndole a Alfa en 51% y el resto a AT&T. Se propone brindar servicio desde el 1 de enero de 1997 de un extremo en la geografía mexicana.
12. Contempla realizar una inversión de 612 millones de dólares. Para abril de 1997 tenderá 5,365 kilómetros de fibra óptica entre 34 ciudades del país. Para los próximos cinco años contempla tender 10,670 kilómetros de fibra óptica e inversiones cercanas a los 962 millones de dólares. Ofrecerán servicios de transmisión de voz, datos e imágenes, *La Jornada*, 18 de septiembre de 1995.

valor agregado, transmisión conmutada de datos, redes privadas de telecomunicaciones y televisión.¹³

El futuro cercano y de mediano plazo

La grave crisis económica y financiera que resiente el país desde diciembre de 1994 modifica y complica el escenario de las telecomunicaciones mexicanas, los movimientos corporativos que se han establecido tienen fuertes posibilidades de modificarse o diferirse.

Existe un interés, como lo hemos dicho, de las grandes empresas estadounidenses por tomar al mercado mexicano como plataforma de aprovisionamiento para su operación continental sobre bases tecnológicas y regulatorias similares. A las tres principales operadoras de larga distancia de Estados Unidos les interesa operar desde México como socios corporativos, ya que nuestro país es el segundo mercado más importante después de Canadá en términos de minutos de tráfico de llamadas internacionales, y en principio se asegurarán de cursar el tráfico que se genere desde los dos países a través de sus redes.

Por otra parte, el dinamismo que venía observando el sector desde antes de la privatización de Telmex y hasta 1994, se empieza a modificar. El sector contribuye con casi 2% del PIB nacional; entre 1988 y 1994 creció a tasas de 13.9% anual promedio frente al resto de la economía, que lo hizo en sólo 2.8%. De 1990 a 1994, Telmex registró una inversión aproximada de 10 mil millones de dólares, lo cual se refleja en el número de líneas que aumentaron de 5.3 a 8.5 millones. El número de poblaciones atendidas se duplicó, pasando de 10 262 a 20 447 en ese periodo. Para 1995, se estimaba un valor de mercado entre 12 mil y 15 mil millones de dólares (Mejía 1995: 19-20).

13. Invertirán 1.7 mil millones de dólares (760 millones de dólares durante los primeros cinco años) para instalar una red de 7,500 kilómetros de cable de fibra óptica y enlazar a 60 ciudades, *La Jornada*, 16 de octubre de 1995.

Sin embargo, ya para el primer trimestre de 1995 la situación se presentó distinta. Por primera vez, desde su privatización, Telmex, la empresa que define el comportamiento económico del sector, perdió dinero. El primer trimestre de 1995 registró una pérdida neta de 390.3 millones de nuevos pesos, ocasionada por la devaluación del peso. También como efecto de la devaluación, el monto consolidado de su deuda externa pasó de 8 646 a 14 526 millones de nuevos pesos.¹⁴

A partir de diciembre de 1994 el sector empezó a experimentar un desaceleramiento de su expansión y una contracción en los servicios diversificados que venía ofreciendo. La caída de 40% en el ritmo de crecimiento anual de Telmex para 1995, y su pérdida neta durante el primer trimestre del año, son sólo una muestra de lo que está sucediendo en la industria de telecomunicaciones.

Por otra parte, pudiera pensarse que un factor determinante de atracción para las empresas extranjeras es la insuficiente infraestructura y la deficiente prestación de servicios de telecomunicaciones. La densidad telefónica actual de 9.6 líneas telefónicas por cada 100 habitantes, es uno de los indicadores básicos del fuerte déficit de líneas que, comparado con países de América del Sur, todavía acusa un retraso de por lo menos cinco años. Además, la importancia de la industria de las telecomunicaciones tiene un fuerte encadenamiento con otros sectores, que por un lado soportan y proveen a la industria y, por otro, le demandan servicios.

14. "No obstante, durante este mismo trimestre los minutos facturados en larga distancia nacional se incrementaron 14.6% en comparación con el mismo periodo de 1994, para sumar 1 790.5 millones de minutos. En larga distancia internacional, el crecimiento fue de 11.1%, totalizando 694.2 millones de minutos. Los ingresos totales se incrementaron 9.8% en términos reales, como consecuencia del crecimiento de líneas en servicio y del volumen de tráfico, además de los aumentos (12.25% en promedio) en las tarifas del servicio telefónico, aplicadas a partir del 1 de marzo. El servicio local representó 43%", *Expansión*, 5 de julio de 1995, p. 55.

Si se piensa a largo plazo, y en un escenario de estabilidad económica, las empresas podrán continuar con sus estrategias de expansión en el país. Stan Robitalle, presidente de la empresa canadiense Northern Telecom de México, ha expresado que “la fuerza del mercado es más poderosa que la crisis en el mediano y largo plazo, de modo que los preparativos siguen adelante”.¹⁵

La coyuntura por la que atraviesan las telecomunicaciones hace difícil prever el rumbo que tomará en el largo plazo. Ello obliga a que la función reguladora se desenvuelva con parámetros bien definidos.

En primer lugar, que los reguladores no renuncien a su función de control y determinación de las políticas del sector. En aras de continuar con el desarrollo equilibrado del sector, los reguladores necesitan fijar reglas claras para la incursión de empresas extranjeras en segmentos de telefonía básica y comunicación vía satélite; prever el manejo transparente de capitales; impulsar la reinversión de las ganancias en el país; reglamentar que no se presente un abandono abrupto del mercado regional o nacional, y establecer condiciones para que se lleven a cabo las fusiones y acuerdos de entendimiento entre las empresas.

Compete a los reguladores imponer las reglas para procurar el desarrollo regional equitativo de la infraestructura de las telecomunicaciones y garantizar una efectiva competencia que redunde en servicio eficiente y tarifas justas; comprometer legalmente a las empresas para que dediquen líneas y servicios exclusivos para las escuelas primarias y secundarias, para el uso de grupos de discapacitados, para enlazar hospitales de las zonas urbanas con clínicas rurales, para personas con problemas de alcoholismo y drogadicción, entre otros usos de los servicios de telecomunicaciones que redunden en beneficios colectivos.

15. *Ibid.*, p. 48.

BIBLIOGRAFÍA

- CALABRESE, Andrew y Wendy RENDAL (1995) "Is there a US foreign policy in telecommunications? Transatlantic trade policy a case study", *Telematics and Informatics*, vol. 12, núm. 1.
- HILLS, Jill (1986) *Deregulating telecoms. Competition and control in the United States, Japan and Britain*. Connecticut: Quorum Books.
- MEJÍA F., Rocío (1995) "El sector de telecomunicaciones en México: una radiografía", *Economía Informa*, núm. 341, septiembre. D.F., México: Facultad de Economía de la UNAM.
- SÁNCHEZ DAZA, Germán (1994) "La innovación en las telecomunicaciones", *Economía Informa*, núm. 233, noviembre. D.F., México: Facultad de Economía de la UNAM.