Telecomunicaciones

POR **JULIO CÉSAR CALISTRO**

La liberalización de las telecomunicaciones y la desaparición de los monopolios a partir de 1998 ha desatado de forma prematura una guerra de alianzas entre las grandes operadoras y los grupos financieros.
Vivimos en un mundo con un proceso de desarrollo tecnológico sin precedentes, que está afectando cuantitativa y cualitativamente a la vida cotidiana, a los negocios y a las relaciones internacionales.

El buque insignia de ese desarrollo está representado por los avances en las tecnologías de la información y en las comunicaciones. En el área estrictamente comercial, este cambio permite controlar eficientemente negocios situados a miles de kilómetros de distancia, seguir al instante el funcionamiento del mercado financiero, etc. Y esto sólo es el comienzo. Hoy resulta incuestionable que casi todos los factores de la producción, desde el dinero a las tecnologías, pasando por las fábricas y los equipamientos se mueven cada vez más fácilmente a través de las fronteras, gracias a la extraordinaria rapidez y bajo coste de las comunicaciones y la desprotección arancelaria.

Esta expansión comercial ya ha comenzado a tener sus consecuencias en el propio área de las comunicaciones: la aparición de una creciente competencia en la provisión de servicios, atendiendo a la emergente corriente liberalizadora del sector de las telecomunicaciones, cuyo horizonte último es el primer día de 1998, en que se producirá la apertura total de fronteras en Europa y la disolución de los monopolios.
Para Jesús Benegas Núñez, presidente de ANIEL, la expansión comercial ha alcanzado su pleno apogeo de manera tal que la economía se ha globalizado y, por lo tanto, «la ganancia de mercados a partir de la liberalización actual ya no podrá ser muy grande». Sin embargo, advierte una excepción a esta afirmación: «Sólo el desarrollo del Tercer Mundo podrá ampliar los horizontes comerciales de la actualidad, aunque sea lento y muy problemático». Las estructuras tarifarias y la desaparición progresiva de subsidios cruzados vienen influenciados por el comercio internacional de servicios.

El tratamiento de este tema en el seno del GATT, para reglamentar las bases de acuerdos multilaterales, tiene una componente fundamental en las tarifas, en la eliminación de desequilibrios entre las partes y en la exigencia de una armonización tarifaria.
La aplicación de ofertas competitivas en tarifas para determinados servicios es todo un reto para los operadores al entrar en competencia. Los nuevos proveedores de servicios no

Fundación Telefónica
Telefónica

influenciados por la filosofía aplicada tradicionalmente por los operadores a las tarifas y las reducidas inversiones para desarrollo de posibles redes favorecerán que puedan jugar con márgenes de precios más ajustados a costes y conseguir importantes cuotas de mercado, fundamentales en el sector negocios.

En consecuencia. para las grandes operadoras el desafío actual es afrontar la competitividad y el desarrollo de demandas muy especializadas en segmentos apetecibles del mercado. No obstante, la imposibilidad de afrontar en solitario las inversiones requeridas para llevar adelante proyectos de considerable envergadura, está provocando una primera e importante reacción: la alianza de grandes operadores entre sí, con bancos de probada capacidad financiera.

LAS NUEVAS ALIANZAS

Así, el Banco Santander se decidió de lleno a entrar en el negocio de las telecomunicaciones en España y se asoció con la multinacional británica BT (antes British Telecom). La nueva sociedad todavía sin nombre definido, nace con un capital social de 3.100 millones de pesetas y la red informática del Santander tiene previsto invertir más de 80.000 millones de pesetas en diez años.

La flamante empresa -según aseguró su director general, Teófilo del Pozo-, aspira a controlar el 22 por ciento del mercado en desmedro de Telefónica de España, una vez que se liberalice el sector de las telecomunicaciones. Otra alianza multinacional de suma importancia ha sido la efectuada por el Banco Central Hispano al adquirir el 10 por ciento de AT&T Network Systems Espana -filial española de la American Telephon & Telegraph- mediante una ampliación de capital de 1.200 millones de pesetas que se hará efectiva a principios de 1994. La jugada tiene una lectura adicional, por cuanto la AT&T es el tercer suministrador de equipos para Telefónica de España, detrás de Alcatel y Ericsson. ¿De qué modo podrá Telefónica de España afrontar este desafío? Una de las recetas probables aconseja adecuar sus tarifas, acordar alianzas con otras operadoras, y posicionarse en el mercado.

Cuenta con ventajas incuestionables: está introducida en el mercado; conoce a los clientes, tiene relación con ellos y sabe qué demandan; posee la infraestructura; y, por último, tiene el nombre.

A pesar de la supuesta lentitud de reacción que se le achaca, en este caso la respuesta de Telefónica ha sido inmediata: acordó con Caja Madrid implantar una nueva red de comunicaciones empresariales desarrollada por la compañía, que combina y engloba las facilidades de la anterior red UNO, especializada en la transmisión de datos, con las facilidades de la Red Integral de Servicios Avanzados (RDSI), lanzada el pasado mes de julio. Como novedad, ahora la red se extenderá entre 1.200 oficinas de Caja Madrid, la cual será operativa en el primer trimestre de 1994 y estará a disposición de todas las empresas que lo demanden antes de que finalice el año próximo.

Las inversiones previstas para desarrollar el nuevo servicio se sitúan en más de 1.000 millones de pesetas para el próximo bienio, a lo que habría que añadir otros 31.500 millones para su implantación nacional. La rápida reacción de Telefónica se suma al Plan Fotón, puesto en

Fundación Telefónica
Telefónica

marcha, que prevé en los próximos dos años instalar en 15.000 núcleos de negocios de las ciudades con más de 50.000 habitantes, una gran autopista por la que circularán a gran velocidad señales de voz, datos e imagen de alta definición.

Telefónica dispone en la actualidad de una red de fibra óptica de gran densidad, que le otorga una gran ventaja no sólo a nivel operativo, sino también como un argumento político de peso, ya que esta innovación abre nuevas interpretaciones acerca del concepto de acceso universal, y el tratamiento de privilegio que ello conlleva frente a otras operadoras europeas -las más inminentes son las de la alemana Deutsche Bundespost Telekom (DBT), la danesa Teledenmark y la griega OTE- y la quiebra de los monopolios son motivos más que suficientes para provocar el nerviosismo entre las compañías competidoras.

La audaz jugada de BT en el mercado español obedece a la estrategia de esa compañía -pionera en la liberalización europea de su sector- por convertirse en una de las megacarriers de finales de siglo, por lo cual se ha anticipado a cualquier movimiento de France Telecom, que también aspiraba a hacer pie en territorio español. En cambio, DBT parece haber priorizado la compra de una parte de Hungarian Telecommunications (Matav), lo cual dejará a esa empresa alemana con una reducida liquidez financiera, ya que, además, debe hacerse cargo del oneroso gasto que representa modernizar la red de la ex Alemania del Este.

France Telecom tiene la intención de continuar con su política de bajada del nivel medio de tarifas permitido por las ganancias de la productividad, a la vez que ambiciona continuar sus acciones de implantación fuera de Francia, para llegar a las puertas del siglo XXI como un auténtico operador mundial. Ajena al reacomodamiento de las PTT europeas, la primera firma mundial del sector, el gigante japonés Nippon Telegraph and Telephone (NIT), escucha ofertas pero guarda en absoluto secreto el destino de sus próximos pasos a nivel internacional.

UNA ADAPTACIÓN NECESARIA

Telefónica hasta ahora sólo ha dejado trascender su interés por adquirir la operadora griega, hecho que -de concretarse finalmente- pasará a aumentar su importancia internacional, ya afianzada a través de su creciente presencia en el mercado latinoamencano.

Según afirma Jesús Banegas, para poder competir en condiciones equivalentes con sus similares extranjeras Telefónica debe afrontar su situación financiera, a través de tres aspectos a resolver: capitalización, reestructuración y marco estable de tarifas. Más allá de algunas críticas puntuales, Telefónica de España apunta a dos objetivos. Por un lado, seguir siendo la gran operadora nacional y como tal actuar a manera de carrier. Por el otro, adaptarse rápidamente a cada uno de los segmentos que se vayan liberalizando,para lo cual aspira asumir una actitud de mucha flexibilidad, atenta a eventuales alianzas.

Dentro de Telefónica, sus ejecutivos apuestan por dotar a la empresa de una mayor agilidad, dinamicidad y calidad. ¿Como ha de lograrse?

A través de la adaptación de las estructuras organizativas para agilizar la formulación de estrategias y su desarrollo a través de todos los niveles empresariales; potenciar el

Fundación Telefónica
Telefónica

acercamiento a los usuarios y posicionarse para hacer frente a la competencia; diversificar sus negocios y ampliar la oferta de productos; y, por último, internacionalizar su gestión mediante colaboraciones con otros operadores.

Como advierte Carlos Tirado Montero, director del departamento de Programas Sectoriales de Fundesco, resulta imprescindible la cooperación de las operadoras europeas, ya que la competitividad en los mercados globales requerirá unas dimensiones y niveles de especialización que actualmente no poseen las compañías europeas.

Fundación Telefónica