



UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO

Estudios de Postgrado. Área: Ciencias Administrativas y de Gestión

Especialización en Administración de Empresas

Mención: Finanzas

Trabajo de grado de Especialista

**ANALISIS DEL PROCESO DE FUSIÓN Y
ADQUISICIÓN DE UNA EMPRESA DE
TELECOMUNICACIONES.
CASO: TELCEL BELL SOUTH POR MOVISTAR
TELEFÓNICA**

Autor: Lic. Isabel C. PERALTA G

CI V.- 7.834.686

Asesor: Lic. Vincenzo RUGGIERO. Msc.

CI V.- 6.059.534

Caracas, Julio 2006

INDICE

<i>Introducción</i>	5
 <i>Capítulo I.-</i>	
Planteamiento del Problema	7
Objetivos de la Investigación	8
• General	
• Específicos	
 <i>Capítulo II.-</i>	
Marco Teórico	10
1. Definición de Fusiones y Adquisiciones	10
2. Principales razones para llevar a cabo una fusión	12
3. Poder de Mercado y leyes antimonopolio	13
4. Globalización	14
5. Fusiones y Adquisiciones Negociadas	14
A) Proceso de Compra	
B) Táctica del vendedor	
C) Cuestión de precio	
D) Carta de Intención	
E) Anuncio de Prensa	
6. Concepto de due dilingece o diligencia debida	22
Preámbulo histórico de las comunicaciones en Venezuela	26
○ Telcel BellSouth adquirido por Movistar Venezuela	
○ Cantv “ Movilnet”	
○ Digitel	
Apertura de las Telecomunicaciones en Venezuela: concepción, legislación, escenario	
A) Apertura de las telecomunicaciones. Concepción	36

B) Descripción del sector de las telecomunicaciones	39
C) Regulación en el sector de Telecomunicaciones	46
1. Antecedentes de la regulación	
2. Primera etapa en el desarrollo de las telecomunicaciones.	
3. Segunda etapa: Estancamiento del sector en los ochenta.	
4. Tercera etapa: más allá de la privatización	
D) Legislación. Ley Orgánica de las telecomunicaciones.....	52
1. Posición oficial de CONATEL	
2. Papel del Organismo Regulador	
3. Modelo de apertura	
E) Antecedentes e implicaciones de la nueva Ley	58
F) Por menores de la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones (LOT) ...	63
G) La LOT y el sistema tributario.....	65
Desarrollo de las telecomunicaciones en América Latina	68
a) Telecomunicaciones Latinas	68
b) La Apertura en Venezuela. Rasgos Generales	69

Capítulo III.-

Marco Metodológico	73
--------------------------	----

Capítulo IV.-

Análisis de la fusión y adquisición de Telcel BellSouth por parte de
Telefónica Móviles

▪ Eje de la estrategia	75
▪ Encuentro de Telefonica con CONATEL ente regulador para la aprobación de la adquisición de Telcel	78
▪ Aquisición del 100% de las acciones de Telcel	80
▪ Según el analisis realizado, se considera una burbuja : caso acciones de Telcel pertenecientes al Empresario Oswaldo Cisneros.....	81
▪ Se considera Joya de la Corona.....	82
▪ Ventajas – Desventajas de una fusión y adquisición	82

<i>Conclusiones</i>	83
<i>Referencias Bibliograficas</i>	86
Fuentes Electrónicas	87
Notas Bibliograficas	89
Anexos	90

INTRODUCCION

La dinámica de las organizaciones en la actualidad, exige y genera cambios muy particulares en su funcionamiento, en su arquitectura organizacional y en su estructura financiera. Los altos costos operativos y en muchos casos, las ventajas fiscales, generan una propensión a las fusiones empresariales importantes.

Cuando dos empresas se fusionan inician un proceso de transformación, en la que los esfuerzos del cambio planificado suponen trasladar una organización de un pasado conocido a un futuro conocido, o al menos planificado.

La tendencia a considerar las fusiones como un acontecimiento único en la vida de una empresa, es reforzada por que a menudo suelen ser experiencias penosas que producen ansiedad e incertidumbre. Generalmente puede implicar pérdida de puestos de trabajo, reestructuración de responsabilidades, truncamiento de carreras, pérdida de cuota de poder y otras situaciones que producen tensión.

Asimismo, cada fusión, grande o pequeña, tiene particularidades propias, y por lo tanto, normalmente no existen dos fusiones iguales, la una con la otra. Cada empresa adquirida posee una estructura única, cada una tiene su peculiar estrategia empresarial y cada una posee su propia cultura. Por muchos conceptos y modelos que surjan de transacciones anteriores o de otras empresas, no se debe olvidar que cada nuevo acuerdo es diferente.

La compra de las operadoras de BellSouth por parte de Telefónica Móviles supuso un cambio decisivo que afectó a dos de las principales apuestas estratégicas de la operadora: el negocio móvil y el mercado iberoamericano.

Con esto, Telefónica Móviles se introdujo en nuevos mercados en Suramérica; como Venezuela, Colombia, Ecuador y Uruguay. Asimismo, esta empresa

refuerza su posición en otros mercados donde ya estaba presente. En este sentido, con esta compra, Telefónica Móviles se convirtió en la cuarta operadora celular a nivel mundial, creando en consecuencia, una estructura globalizada.

La adquisición trajo consigo la obtención de sinergias relacionadas con la fuerza de Telefónica Móviles en gestión, oferta de productos y servicios y desarrollo de tecnologías avanzadas. La operación fue revisada y aprobada por las autoridades reguladoras de los espectros radioeléctricos y de telefonía móvil de los diversos países en los que operan las compañías implicadas.

La presente investigación tiene por objeto, revisar documentación relacionada con las fusiones y con las tendencias de la telefonía celular en Latinoamérica. Todo esto será llevado a través de las documentaciones y análisis, realizados y obtenidas desde que Telefónica quiso comprar las filiales de BellSouth en Latinoamérica y se observaran sus grandes ventajas y desventajas.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El continuo avance de la tecnología, unido con la globalización y regionalización de la economía mundial, están cambiando la naturaleza de la competencia en muchas empresas. Para sobrevivir, las empresas deben ser innovadoras y administrar el cambio efectivamente. Estas prácticas involucran no sólo los productos y las estrategias, sino también sus procesos, la capacidad de cada gerencia y departamento, y la forma como se organizan para explotar y renovar dichas capacidades.

Se hace hincapié el tema de **Adquisición o fusión** de una empresa en telecomunicaciones, ejemplo caso practico: “Movistar”. El mismo toma un cambio grande en Latinoamérica y esta se posesiona en 15 países, convirtiéndose en la empresa más grande de telecomunicaciones en Latinoamérica.

El presente es un Tema que será de interés para toda aquella persona que esté interesado en indagar más sobre fusiones y adquisiciones en Venezuela, con respecto al sector de las Telecomunicaciones.

Como parte de la Estrategia de “Unificación”, Venezuela, Argentina, Nicaragua, Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Uruguay, Panamá y Guatemala le dijeron adiós a los nombres de sus operadoras locales (adquiridas por Telefónica en el cuarto trimestre 2004 y primer trimestre 2005) y recibieron a Movistar, que ya estaba en

España, México y El Salvador. En Marruecos y Brasil (los otros dos países donde opera Telefónica) no hubo cambios, pues la compañía española no cuenta con mayoría accionaria.

En Venezuela, Telefónica Móviles cambio una marca con buen recall por una prácticamente desconocida.

La entrada de la marca Movistar de Telefónica Móviles en abril de 2005 y la compra de Digitel por parte del Grupo Cisneros en Enero 2006, plantean un panorama que coloca al sector telecomunicaciones como el gran protagonista.

Este es un tema que será de interés para toda aquella persona que quiera indagar sobre fusiones: ¿Que es una fusión o adquisición?, que tipo de adquisición probable utilizaron y cuales son sus ventajas, desventajas y alcances.

Objetivos de la Investigación

1.- Objetivo General:

Analizar y/o evaluar acerca de la fusión y adquisición de una empresa de “Telecomunicaciones”: caso Telcel BellSouth por Movistar Telefónica.

2.- Objetivos Específicos:

1. Presentar e identificar una visión general sobre de lo que es fusión y adquisición de una empresa, “Telcel BellSouth por Movistar Telefónica”.
2. Mostrar las ventajas y desventajas que produjo el proceso de fusión y adquisición antes mencionado.

3. Evaluar las leyes que regulan las fusiones y adquisiciones de las telecomunicaciones en Venezuela, “CONATEL”
4. Analizar cómo Movistar Telefónica adquirió Telcel BellSouth

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

1.- Definición de Fusiones y Adquisiciones

Por fusión se entiende la absorción de una empresa por otra. En este caso, la empresa compradora, es decir, la absorbente, adquiere todos los activos y pasivos de la empresa absorbida. De esta forma después del proceso de fusión, la empresa adquirida deja de existir como tal. (Santandreu, 2000)

En este sentido, existen varias definiciones de lo que se entiende por fusión de empresas. Algunos autores tienen concepciones más o menos parecidas. En tal sentido, se citan algunas de ellas.

Fusión de Empresa: creación de una sociedad a partir de dos o más existentes que traspasan su patrimonio en bloque a la de nueva creación, o absorción de dos o más sociedades por otra ya existente que adquiere el patrimonio de las extinguidas. (Espasa, 1997)

Fusión: combinación de dos empresas en una, donde la adquiriente asume los pasivos y activos de la empresa adquirida. (Brealey, 1996)

Si embargo, lo es importante citar algunos conceptos relacionados con el tema de fusiones y adquisiciones de empresas. A continuación algunos de ellos.

Oferta publica: absorción que intenta que terceros se ofrezcan directamente a comprar las acciones de la empresa. (Brealey, 1996)

Compra apalancada: adquisición de la empresa por un grupo privado utilizando sustancialmente deuda. (Brealey, 1996)

Entre varios autores consultados, existe uno en particular el cual maneja una metodología muy practica, actualizada y precisa, con la que se trabajara en lo sucesivo, en el presente trabajo. Este autor es muy conocido, su nombre es Juan Mascareñas Pérez, el cual es autor del libro Fusiones y Adquisiciones de Empresas, el cual se utilizara de seguidas.

1.1.-*Formas de realizar la Adquisición.*- La gran mayoría de las fusiones y adquisiciones son negociadas en un ambiente amistoso. El proceso comienza cuando la dirección de una empresa contacta con el equipo directivo de la compañía objetivo, a menudo a través de los bancos de inversión de cada una de ellas. Una vez que ambas directivas se han puesto de acuerdo, el trato es sometido a la aprobación de los accionistas de ambas sociedades, que reunidos en una Junta general decidirán aprobar o rechazar los acuerdos de adquisición. (Mascareñas, 2001)

1.2.- *Adquisición por fusión,* Se refiere al caso en el que los activos y pasivos de la empresa vendedora se transfieren a la empresa compradora y son absorbidos por ésta. La empresa vendedora desaparece como entidad independiente. El comprador asume todos los pasivos y activos del vendedor, lo que hace su mecánica algo más sencilla que en otros casos, claro que el comprado deberá asegurarse que ha considerado todos los pasivos, puesto que una vez realizada la

fusión no tendrá a nadie a quien quejarse si ha cometido algún error. (Mascareñas, 2001)

2.- Principales razones para llevar a cabo una fusión

Existe una gran cantidad de motivos económicos por los que se llevan a cabo fusiones y adquisiciones de empresas. Parece lógico decidir una combinación de empresas, puesto que todos ellos son susceptibles de producir un efecto sinérgico con bastantes garantías. (Mascareñas, 2001)

2.1. *Integración horizontal y sinergia operativa*: son aquellas que implican a empresas del mismo sector industrial o de negocios. La sinergia operativa se puede conseguir de dos formas: aumentando los ingresos o reduciendo los costes. (Mascareñas, 2001)

2.1.1. *Aumentando los ingresos*: la sinergia operativa se puede conseguir a través de la creación de un nuevo producto o servicio que surge de la fusión de dos empresas y que genera un crecimiento de los ingresos a largo plazo. A este tipo de sinergia operativa se le denomina REO. Por ejemplo, compartiendo oportunidades de marketing (ampliar la gama de productos, utilizando más eficientemente los canales de distribución conjuntos, etc.) beneficiándose de la buena reputación e imagen de marca de una las empresas. (Mascareñas, 2001)

2.1.2. *La reducción de los costes*: posiblemente, es la fuente principal, lo que consigue con la consecución de las economías de escala. Esta se obtiene cuando el coste unitario medio desciende al aumentar el volumen de producción. (Mascareñas, 2001)

2.2. *Economías de Integración vertical*: son las formadas por empresas que se expanden para aproximarse con sus productos al consumidor final o a la fuente de la materia prima utilizada. Así, se denomina integración hacia delante cuando una

empresa con grandes reservas adquiere a otra con gran capacidad de venta al por menor, de esta manera se aproxima a más clientes finales. Por otro lado, la integración hacia atrás persigue el aumento y el aseguramiento de las reservas de materias primas. Este tipo de integración facilita la coordinación y Administración. En algunos casos, la tecnología o la pericia adquiridas en una fase de la producción pueden ser útiles en otras de las fases.

Otras razones pueden ser: economías de tecnología; eliminación de los costes contractuales; reducción de los costes de nóminas, de establecimiento de los precios y de publicidad; reducción de los costes de comunicación, y coordinación de la producción. En general, la racionalidad que existe detrás del proceso de fusión vertical estriba en la reducción de los costes contractuales y de transacción. (Mascareñas, 2001)

3.- Poder de mercado y leyes antimonopolio

Las economías de escala y de alcance son el principal objetivo perseguido al realizar una fusión de tipo horizontal, la cual se produce al fusionarse dos empresas de la misma línea de actividad y su consecuencia es un aumento del poder de mercado. Las fuentes de poder de mercado son tres: la diferenciación de los productos, las barreras de entrada y la cuota de mercado.

Cuanto mayor sea la concentración, menor será el número de empresas que operen en dicho sector, lo que podría reducir la competencia dentro del mismo y ahogarle en cierta manera al pasar de un posible competencia perfecta a un oligopolio o incluso a un monopolio, razón por la cual existen leyes antimonopolio en la mayoría de los países, con objeto de evitar el uso desmedido de las fusiones de tipo horizontal. (Mascareñas, 2001)

4.- Globalización

Globalización será igual a libre movimiento de capitales y al aumento del dominio por parte de los mercados financieros y las corporaciones multinacionales de las economías nacionales. (Mascareñas, 2001)

5.- Fusiones y Adquisiciones Negociadas

La adquisición se realiza de una forma amistosa y por supuesto es negociada. (Mascareñas, 2001)

Uno de los objetivos básicos de la adquisición de una empresa, en este caso Telcel BellSouth por Telefónica Móviles es la sinergia.

El objetivo de toda adquisición de empresas es la creación de valor, y la metodología para medirla es del análisis de los proyectos de inversión. (Mascareñas, 2001)

A) Proceso de compra

El proceso de compra cuando es el comprador el que toma la iniciativa,

1. primero debe elegir un Banco de inversión que haga las veces de asesor y de mediador. Esta selección vendrá dada por su conocimiento del mercado, amplitud de sus servicios, la especialización de su personal y su cualificación técnica.

El papel del mediador consiste en explorar los puntos de vista de ambas partes sobre la posiciones en conflicto con objeto de localizar posibles zonas de acuerdo mutuo. (Mascareñas, 2001)

El mandato al mediador deberá realizarse por escrito, fijándose los términos del acuerdo de prestación de servicios.

2. El siguiente paso consiste en iniciar contactos con la dirección de la empresa objetivo para averiguar si existen deseos de realizar la operación. En esta fase es importante elegir a la persona adecuada para iniciar la comunicación.

Por lo general, el primer contacto se realiza mediante una carta exquisitamente suave (cold call) para que no sea interpretada como una oferta en firme.

El objetivo principal de esta comunicación es doble:

- Informar de forma amistosa (nunca hostil) a la empresa objetivo del interés del comprador en establecer algún tipo de colaboración con ella.
- Citar a los principales ejecutivos de la compañía objetivo a un encuentro con los adquirente, o con el propio intermediario, para discutir los posibles beneficios de dicha colaboración.

3. La reunión inicial deberá ser en un lugar en el que ambas partes se encuentren cómodas. Entre los lugares adecuados se pueden destacar las oficinas del banco de inversión o una sala de reuniones de un hotel.

El Primer objetivo de la reunión inicial es organizar una ronda de negociaciones para estudiar en profundidad cómo se desarrollaría la colaboración entre ambas empresas.

4. Si se conciertan sucesivas reuniones la meta del comprador deberá ser el desarrollo de buenas relaciones personales con el vendedor, lo que facilitará la comunicación entre ambas partes. Así, por ejemplo, si se

solicita a los directivos de la empresa objetivo la información financiera relevante de los últimos 5 años y éstos hacen entrega de la misma, ésta será una señal de la buena disposición de dichos directivos para hablar de una posible venta de la empresa. (Mascareñas, 2001)

El análisis y la valoración del candidato habrá proporcionado una buena cantidad de datos que servirán para ayudar en el diseño de la operación de integración de ambas compañías. Por ejemplo, se tendrá una constancia de:

- La situación del negocio y sus objetivos
- Un profundo conocimiento del mercado, de su crecimiento y competencia
- Conocimiento del vendedor a través de investigaciones y de conversaciones directas con los directivos de su propia organización. (Mascareñas, 2001)

Una vez superadas todas las etapas, y alcanzado un acuerdo sobre los puntos de discusión, deberá procederse a la redacción y firma del correspondiente contrato, de forma única o bien mediante acuerdos sucesivos: acuerdo de principio o compromiso de compra, *carta de intenciones* y acuerdo final de adquisición. (Mascareñas, 2001)

B) Tácticas del Vendedor

Si el vendedor está de acuerdo con el comprador objetivo, querrá imperiosamente que se llegue a un acuerdo, cuyos acuerdos no se modifiquen de forma importante en el transcurso de las negociaciones. (Mascareñas, 2001)

Cuando una empresa se pone en venta se suele entregar un cuaderno de venta, que suele hacerse en colaboración con el banco de inversión que asesora en la operación. Este cuaderno suele incluir la siguiente información:

- Historia de la empresa: fundadores, evolución, propietarios actuales, tamaño, etc.
- Objeto social de la compañía
- El plan estratégico de la empresa tendente a cumplir el objeto social.
- Una descripción pormenorizadas del sector o subsector industrial en el que opera la empresa, incluyendo perfil de los clientes y proveedores, productos, líneas de distribución, etc. En este apartado deberá figurar claramente la cuota de mercado de cada producto de la empresa, dato que buscarán y estudiarán los compradores con especial atención.
- Listado del personal principal de la empresa, sus edades y antigüedad en la compañía y en el sector. Los compradores estudiarán muy especialmente el capítulo de personal
- Ingresos, beneficios y cantidades vendidas por productos, servicios y líneas de negocios durante los últimos cinco años.
- Listados de los principales clientes y la cifra de ventas a los mismos durante el ultimo quinquenio.
- Estado tecnológico de los diferentes productos de la empresa
- Fuerzas y debilidades de la compañía.
- Plan de marketing que se desea implantar.
- Listado de los principales competidores actuales y futuros.
- Listado de los principales proveedores de materias primas.
- Una descripción de los activos tangibles e intangibles incluidos en el balance y una valoración reciente de los mismos.
- Estados financieros históricos (cinco años), incluyendo balances, cuentas de resultados, y análisis de origen y aplicación de fondos.
- Organigrama de la compañía, especificando el nombre y puestos de los directivos clave.
- Descripción de cómo esta estructurada la financiación ajena de la compañía. (Mascareñas, 2001)

Esta información no debe suministrarse a nadie que no firme previamente una carta de confiabilidad. La información proporcionada es de vital importancia y por tanto no debe ser revelada. Esta información solo es entregada a los principales ejecutivos de la compañía potencialmente adquiriente y sólo se les proporcionará la estrictamente necesaria. En la carta se incluye un compromiso de que las intenciones del comprador son serias. La carta de confiabilidad es un acuerdo que puede obligar legalmente a los firmantes a mantener el secreto de los documentos o actos que en ella se hagan mención. (Mascareñas, 2001)

C) Cuestión del precio

Analizando los estados financieros y junto con toda la información que sea recopilada, proporciona las bases de la oferta inicial, que queda supeditada los resultados de la investigación (Diligencias debidas) a lo largo de la conversación. (Mascareñas, 2001)

El objetivo del comprador es pagar el mínimo precio aceptable. Para averiguar cuál es dicho precio, el comprador deberá saber responder a una serie de preguntas similares a las siguientes:

- ¿Cómo contribuirá la adquisición al crecimiento de los beneficios futuros?, ¿cómo afectará al valor de mercado de las acciones del comprador?, y lo que es más importante, ¿cómo afectará a los beneficios por acción futuros?
- ¿Qué efecto inmediato tendrá el precio en los estados financieros del comprador (en cuanto al endeudamiento o a la ampliación de capital)?
- ¿Cuál ha sido la valoración de otras fusiones similares?
- ¿Cuál es el valor estimado en el mercado de los activos y pasivos de la empresa que se vende?, ¿qué fondo de comercio se va a reconocer?
- ¿Cuál es el valor de mercado de las acciones de la empresa vendedora?
- ¿Qué beneficios fiscales se van a barajar a la hora de determinar el precio?

- ¿Incrementa la adquisición las necesidades de liquidez del comprador de una forma significativa?
- ¿Cuáles son los ahorros, economías de escala u otras posibles ganancias potenciales? (Mascareñas, 2001)

En el momento en que se efectuó una oferta, el comprador tendrá que estar preparado para defender sus argumentos, con datos sobre perspectivas del sector, dilución del beneficio por acción, resultados futuros, valor en libros, calidad de los activos, etc. (Mascareñas, 2001)

El precio no puede determinarse con precisión matemáticamente, normalmente quedará fijado en función de las habilidades negociadoras de las partes, siempre teniendo en cuenta factores externos, como las condiciones económicas previstas y el comportamiento de los mercados financieros en el futuro. (Mascareñas, 2001)

D) Carta de intención

La carta de intención, una vez firmada por ambas partes, representa un acuerdo preliminar. Generalmente describe los principales términos y condiciones de la transacción, dejando los definitivos para el compromiso de compra, que deberá ser firmado posteriormente.

Generalmente, incluye cláusulas de escape que permiten al comprador o al vendedor interrumpir la transacción si cambiasen las circunstancias antes de firmar el compromiso de compra (en este caso, hay que reseñar las posibles indemnizaciones a pagar a la parte perjudicada por la ruptura de las negociaciones). (Mascareñas, 2001)

Si la presenta el comprador, hace la función de oferta; aquél espera que el vendedor realice una contraoferta o una indicación al adquirente de que revise su

oferta inicial. Esta carta es más un medio de comunicación inherente al proceso de negociación que un acuerdo legal. (Mascareñas, 2001)

La carta de intenciones puede ser de tipo genérico o de tipo específico, según lo elija el comprador. El primer tipo se refiere a los puntos más importantes acordados en la negociación, dejando el resto para posteriores negociaciones. El segundo tipo obliga más a las partes, comprometiéndolas legalmente. (Mascareñas, 2001)

Tiene tres funciones importantes:

- Sintetiza y clarifica lo que se ha acordado
- Este acuerdo de principio está suficientemente detallado para que los abogados y los expertos fiscales trabajen en el acuerdo final.
- Prohíbe a los vendedores negociar otros posibles acuerdos al margen. (Mascareñas, 2001)

En la carta de intenciones se suelen incluir:

- Una oferta de adquisición a un precio estipulado
- Una explicación en la forma de pago
- Una descripción de lo que el comprador quiere adquirir
- Las principales condiciones unidas a la oferta
- El acuerdo por parte del vendedor de proporcionar al comprador la debida información de cara a completar la adquisición
- Un acuerdo por el que ambas partes se comprometan a no negociar con terceros
- Una descripción de los pasos necesarios para concluir el acuerdo
- El tiempo límite de la oferta
- Los objetivos contables y fiscales de ambas partes
- La forma de cómo se van a tratar los restantes instrumentos de deuda del vendedor

- Si el comprador va a asumir la deuda del vendedor o no
- Qué ocurrirá si existen cláusulas restrictivas sobre la deuda del vendedor
- Qué va a ocurrir con los ejecutivos principales del vendedor

La carta de intenciones se dirige a la compañía objetivo, firmada por el presidente de la empresa compradora, devolviéndose firmada por el presidente de la primera o por los accionistas que se desprenden de su participación. (Mascareñas, 2001)

E) El anuncio de prensa

En una adquisición o fusión cuidadosamente planeada, el anuncio de prensa es la primera noticia que tenga el público de que se está encarando una operación de este tipo. El momento y la forma de expresar dicho anuncio son muy importantes, sobre todo en el caso de las compañías que cotizan en Bolsa, en las que este tipo de anuncios provoca unos rápidos movimientos de ajustes en los precios de las acciones de ambas partes, con objeto de revisar las expectativas que tiene el mercado. (Mascareñas, 2001)

Este tipo de anuncio suele ser emitido por el adquirente casi inmediatamente después de que se firme la carta de intenciones, puesto que una vez firmada ésta, los directivos de la compañía adquirida están obligados a comunicar a sus accionistas la operación en marcha, por lo que en realidad la noticia se va a hacer pública en dicho instante.. El anuncio de prensa permite al adquirente, o a ambas partes, mostrar los principales hechos de forma exacta y adecuada. (Mascareñas, 2001)

Los anuncios de prensa suelen ser redactados conjuntamente entre ambas partes, incluyendo, a menudo, las firmas de los principales directivos o presidentes de ambas compañías. (Mascareñas, 2001)

Posteriormente puede realizarse otro anuncio más formal, sobre todo si alguna de las empresas implicadas cotiza en bolsa, puesto que la operación hará variar su posición en la misma. En dicho anuncio deberá aparecer la siguiente información:

- Los nombres de las empresas implicadas y los de sus bancos de inversión.
- Los términos básicos de la transacción: cuánto se va a pagar, cuál es la relación de intercambio de las acciones de ambas empresas, qué activos del vendedor se van a ver implicados, etc.
- Las condiciones que deberán cumplirse para que el trato tenga lugar
- Qué opinan ambas partes en temas como la regulación de empleo después de la operación o qué va a ocurrir con el equipo directivo de la empresa adquirida.
- Los mecanismos de la adquisición. (Mascareñas, 2001)

6.-Concepto de due diligence o diligencia debida

El Due diligence implica una revisión del negocio con objeto de confirmar las hipótesis sobre las que se ha tomado una determinada decisión vinculada, habitualmente, a procesos de fusiones, adquisiciones o ventas de negocios, joint ventures, salidas de Bolsa, u obtención de financiación. (Mascareñas, 2001)

Este permite:

- Mejorar la comprensión del negocio
- Facilitar información sobre aspectos concretos
- Identificar puntos fuertes y débiles del negocio, así como potenciales problemas y oportunidades. (Mascareñas, 2001)

Los resultados del due diligence contribuyen a definir la posición negociadora en la transacción, así como los requerimientos de garantías o representaciones que deberían solicitarse a la otra parte para el cierre de la misma. (Mascareñas, 2001)

El informe de due diligence generalmente viene precedido de una carta introductoria en la que el experto que ha preparado el mismo señala los aspectos más importantes asociados a su realización y el contexto en el que el informe debe ser entendido del cual se hará referencia a aspectos tales como:

- Instrucciones recibidas
- Fuentes de información utilizadas
- Alcance del trabajo (acordado previamente en la carta de contratación)
- Presentación del trabajo (idioma)
- Utilización del informe exclusivamente para el objeto definido en la carta de contratación

El contenido del propio informe depende lógicamente de las necesidades concretas de cada caso, pero la estructura típica del mismo podría constar de las siguientes secciones:

Sección I

- Resumen Ejecutivo (Executive summary)

Sección II

- Aspectos significativos para la transacción (Deal issues)

Sección III

- Revisión financiera y de negocio (Financial and business review), que podría estructurarse en:
 - Naturaleza y organización de la empresa:
 - Historia y visión del conjunto del negocio
 - Objetivos y estrategias
 - Mercados y competencia

- Ventas y marketing
 - Producción y compras
 - Inmuebles, maquinarias y otros equipos
 - Perfil de la dirección y del personal, nivel de sindicación
- Resultados de las operaciones y flujos de caja:
 - Principales políticas contables
 - Resultados de operaciones históricas
 - Gestión de tesorería y flujo de fondos
 - Análisis segmentado de los resultados de las operaciones y del flujo de fondos
 - Perspectivas futuras y análisis de la razonabilidad de las proyecciones futuras
- Capital invertido
 - Análisis segmentado del activo neto
 - Inmovilizado material
 - Inmovilizado inmaterial
 - Participaciones en otras compañías
 - Stocks
 - Deudores
 - Inversiones y depósitos
 - Tesorería
 - Acreedores
 - Provisiones
 - Impuestos
 - Capital social y reservas

- Otros aspectos:
 - Sistemas informáticos
 - Asuntos fiscales
 - Pasivos contingentes
 - Litigios
 - Suficiencia de los fondos de pensiones
 - Aspectos medioambientales (Mascareñas, 2001)

PREAMBULO HISTORICO DE LAS COMUNICACIONES EN VENEZUELA

El inicio de las telecomunicaciones en Venezuela lo marca la empresa CANTV. Posteriormente se inicia la empresa Telcel en el área de la telefonía celular. En este aparte, se realiza una síntesis histórica de la evolución de las telecomunicaciones en Venezuela.

- **Telcel**

En 1991 Telcel con la apertura de las telecomunicaciones, comenzó con la licitación de los 800 Mhz de la banda celular. Telcel se preparó para participar en la batalla que se desató inmediatamente y acabo con la exclusividad de Cantv.

Con Telcel, BellSouth repitió la estrategia de aliarse con un socio local, que en Venezuela fue el empresario Oswaldo Cisneros. Para el año 2000 BellSouth posee el 78,16% de Telcel, convirtiéndose en su operación más grande en Latinoamérica, pese a que Brasil es un mercado mucho más grande y con una intensa penetración celular.

Tomado de la página <http://www.lared.com.ve>

- **Movistar Venezuela**

Movistar Venezuela forma parte de la mayor comunidad de telefonía móvil de habla hispana y portuguesa. Es la operadora filial de Telefónica Móviles que lidera el mercado venezolano con un 48% de participación. Sus clientes totales

superan los 4,5 millones y posee una posición de vanguardia en el lanzamiento de los productos y servicios más innovadores en la telefonía móvil de Venezuela.

Cuenta con una red completamente digital de más de 3.500 kilómetros, compuesta por sistemas de microondas, fibra óptica, el cable Panamericano, del cual son socios, y una estación terrena de acceso satelital.

Tiene respaldo, solidez, prestigio y experiencia internacional del Grupo Telefónica, que se destaca por entregar productos y soluciones vanguardistas de alta calidad, para facilitar el día a día de sus usuarios, además de estar comprometidos con el desarrollo económico y social del país, lo que la ubica en una alta posición competitiva.

Telefónica Móviles es la empresa que gestiona los activos de telefonía móvil del Grupo Telefónica en todo el mundo. Actualmente, Telefónica Móviles gestiona más de 80 millones de clientes en 15 países. En el año 2004, sumó unos ingresos de 11.827,6 millones de euros; un EBITDA de 4.701 millones de euros y un beneficio neto de 1.633,9 millones de euros.

Telefónica Móviles tiene operaciones en 15 países de tres continentes: España, Marruecos, Brasil, México, Guatemala, El Salvador, Panamá, Nicaragua, Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, Argentina, Chile y Uruguay. Telefónica Móviles cuenta con una presencia única en todos los mercados clave de Latinoamérica, y es número uno o número dos en la práctica totalidad de los países en los que opera. Todo ello le confiere una posición privilegiada para capturar el importante potencial de crecimiento de dicha región.

Cronología:

- 1973. Telefónica inicia la comercialización del Servicio Mensafónico, proyecto de comunicaciones móviles y embrión de la telefonía móvil en España.

- 1977. Telefónica pone en servicio el Teléfono Automático de Vehículos (TAV), precursor de la telefonía móvil.
- Septiembre de 1995. MoviStar empieza a operar en España, con lo que despegó la telefonía móvil GSM.
- Marzo de 1997. La compañía lanza MoviStar Activa, la nueva tarjeta prepago que sustituye y amplía a la anterior al incorporar nuevas funcionalidades como la recarga.
- Febrero de 1999. La empresa comienza a ofrecer servicio dual GSM, y pasa a operar, además de en la banda de frecuencias 900, en las de 1.800 Megahertzios.
- Octubre de 1999. Telefónica Móviles presenta en fase pre-comercial sus servicios de acceso a Internet desde el móvil basados en la tecnología WAP (Wireless Application Protocol).

Operadoras Latinoamérica

El Grupo Telefónica Móviles es el mayor operador de Latinoamérica y del mercado de habla hispana y portuguesa en términos de clientes gestionados. En Latinoamérica tiene más de 56,5 millones.

Fundación

Tiene una amplia experiencia en el apoyo a instituciones de carácter social que atienden a los sectores más necesitados del país.

El esfuerzo se centra en fomentar la Responsabilidad Social mediante el apoyo a aquellas Organizaciones de Desarrollo Social (ODS's), avocadas a mejorar la calidad de vida de niños, adolescentes y jóvenes de escasos recursos y en situación de riesgo en las áreas de Educación y Salud.

Celebran significativas alianzas para dotar de infraestructura, servicios de telecomunicaciones, asesoría técnica y profesional, bienes materiales e importantes aportes económicos a dichas organizaciones, siempre que cumplan con una serie de principios para garantizar su éxito: una gestión ágil, efectiva y diversificada, políticas de continuidad capaces de adaptarse al entorno, intervención indirecta, participación directa de empleados, disposición para la innovación, y ejecución de proyectos replicables.

Los empleados de Telefónica Móviles en Venezuela son partícipes de distintas actividades en apoyo a las ODS's. Como resultado, existe un Voluntariado Corporativo del cual más del 50% aporta recursos directamente de su nómina y alrededor de un 15% cumple funciones operativas, de formación y docencia.

En su corta vida, la Fundación ha donado más de 8 mil millones de bolívares a numerosas Organizaciones de Desarrollo Social en todos los rincones del país, dedicando de este monto un 47% a la educación y el 53% restante al sector salud; una inversión que hoy día se traduce en miles de sonrisas, unas 100 mil personas beneficiadas directamente y más de 400 mil de manera indirecta.

Reconocimientos como el Premio ANDA a la Responsabilidad Social Empresarial 2002; el galardón mexicano Premio Caracol de Plata 2003, Categoría Campañas, Medio Televisión, con la pieza “Estoy Contigo”; electa para la investigación del Proyecto SEKN – IESA 2003; y condecoración Orden al Mérito UCAB 2004, son algunos de los reconocimientos que hemos obtenido por la labor social de la Fundación.

Tomado de la página: <http://www.telefonicamoviles.com>. (12/05//2006). Documento en línea

- **CANTV** (Compañía anónima nacional de teléfonos de Venezuela)

Fue la primera empresa que funcionó en Venezuela para proveer servicios de telecomunicaciones. En sus inicios, la telefonía básica fue uno de los servicios privilegiados. Hoy en día, la gama de productos y servicios abarcan desde interconexión, comunicaciones de larga distancia nacional e internacional en toda Venezuela.

Desde su privatización en 1991, la compañía ha experimentado una constante transformación para convertirse en una empresa competitiva, con altos niveles de calidad en la oferta de sus productos y servicios, entre ellos: telefonía pública, telefonía celular, buscapersonas, centros de comunicación comunitaria, redes privadas, servicios de telefonía rural, transmisión de datos, servicios de directorios de información y distintos servicios de valor agregado. Todos ellos enfocados con un profundo conocimiento de las necesidades de los clientes.

Se ha caracterizado por su solidez y liderazgo en el mercado nacional. Esta visión ha ido tomando mayor fuerza en la percepción de los clientes, sobre todo a partir del año 98 cuando la empresa inició un “Programa de Transformación” que implicó, en primera instancia, la orientación integral hacia el cliente en la búsqueda de satisfacer sus necesidades específicas de telecomunicaciones; haciendo uso de las diferentes redes tecnológicas y a través de la comercialización de un extenso abanico de productos, gracias a las sinergias con todas las empresas de la Corporación - Movilnet, Cantv.net y Caveguías.

Todo ese proceso de cambio que vivió y que aún continúa viviendo la compañía, ha incidido positivamente en los múltiples logros de la Corporación. El haber tomado conciencia de la realidad en la que se desenvuelve la empresa - mercado altamente competitivo y tecnologías cambiantes -, ha permitido que CANTV se adapte a los nuevos escenarios.

La Transformación

- CANTV es adquirida en un 40% por el Consorcio Venworld, liderado por GTE, hoy Verizon Communications Inc, mediante licitación internacional en 1991.
- En 1996, a través de una Oferta Pública en las principales Bolsa de Valores del mundo, CANTV colocó con éxito el 34,8 % de las acciones pertenecientes al Ejecutivo (entonces llamado Fondo de Inversiones de Venezuela), convirtiéndose en una empresa de capital abierto con accionistas distribuidos a nivel mundial.
- En 1998, CANTV reorienta su estructura organizativa en función de la creación de Unidades de Negocio que se dedican a la atención segmentada de sus clientes.
- En noviembre de 2000, con la apertura del sector, CANTV compite como empresa de servicios integrales de telecomunicaciones y procede a cambiar su imagen con el lema “Comunicación Abierta”.
- En 2001, CANTV inicia el proceso de integración corporativa con sus empresas asociadas, Movilnet, Cantv.net y Caveguías unificando los servicios compartidos como finanzas, recursos humanos, comunicaciones, seguridad, transporte y Consultoría Jurídica, mientras que la Corporación adopta símbolos de identidad de marca comunes.

En 2002, se profundiza la transformación de la Corporación con la oferta de productos y servicios integrados que proporcionan a los clientes una variedad de tecnológicas combinadas en función de sus necesidades y requerimientos específicos.

En 1992 nace Movilnet como empresa filial de CANTV, dedicada a prestar servicios de telefonía móvil, con una sólida plataforma tecnológica y con una cultura corporativa orientada a satisfacer las necesidades de los clientes.

Desde sus inicios, Movilnet ha creído y confiado en la potencialidad de desarrollo del sector de las comunicaciones inalámbricas en el país, razón por la cual ha realizado importantes inversiones, logrado un liderazgo en cobertura digital y servicios de comunicación personal.

Su sólida plataforma tecnológica y su orientación al servicio y al cliente la ha convertido en la empresa pionera del país en servicios móviles de comunicación personal con tecnología digital de punta.

Esta ventaja ha permitido el desarrollo de una gama de productos y servicios exclusivos, altamente innovadores, que han contribuido a elevar la calidad de vida de los venezolanos.

Inversiones en ascenso.

Movilnet ha realizado importantes inversiones, que han registrado un aumento constante desde que fue constituida en 1992.

Las inversiones más importantes han sido sobre la red, pues las mismas se destinan a generar mayor valor para los clientes, a quienes se ofrece cada vez un mejor servicio y éste viene asociado en diversas formas al desarrollo de las redes, la vanguardia tecnológica y la capacidad de los equipos, entre otras.

En 1996 Movilnet migró de la telefonía celular analógica al modo digital, sobre TDMA o Acceso Múltiple por División de Tiempo, con el fin de aumentar la capacidad del sistema y ofrecer un mejor servicio.

Con la instalación de TDMA, la operadora del 0416 fue la primera en digitalizar su red, lo cual le ha permitido consolidarse como líder en innovación, servicios y cobertura digital nacional. En la actualidad, el porcentaje de digitalización de la red alcanza 99% del territorio nacional y más de 98% de sus abonados posee terminales celulares digitales.

Movilnet ha logrado un posicionamiento basado en el liderazgo en servicios y cobertura digital nacional, apoyados en tecnología de punta, cuyo valor se asocia a la medida en que permite desarrollar aplicaciones valiosas para la vida y resaltar el compromiso con sus clientes.

Cantv.net, llamada en un comienzo CANTV Servicios, fue creada en 1996 como filial de CANTV con la finalidad de ofrecer servicios de valor agregado para el mercado venezolano, específicamente, acceso a Internet. Desde entonces, Cantv.net ha crecido considerablemente, ampliando su misión para hacer realidad la promesa de la economía digital en Venezuela, creando valor a los clientes, empleados, accionistas y a la comunidad.

Tomado de la página <http://www.cantv.com.ve> 12/05//2006). Documento en línea

- **Digitel TIM**

Digitel TIM es la empresa de telecomunicaciones más innovadora del país, que presta servicio de telefonía inalámbrica básica, pública y móvil en el área central del país. Desde sus inicios se distinguió al seleccionar la tecnología GSM, estándar mundial de comunicaciones móviles y presentar al mercado una oferta única en equipos y servicios de última generación.

El área de cobertura de Digitel TIM abarca los estados Distrito Federal, Miranda, Carabobo, Aragua, Falcón, Yaracuy, Cojedes, Guárico y Vargas, donde ha desarrollado una red que le permite tener la mejor calidad de servicio en esa área.

El crecimiento de la empresa ha sido sostenido y hoy ya cuenta con casi 1,3 millones de clientes, en un mercado total calculado en siete millones de suscriptores, con un tercio de participación de mercado en la región central, producto de una constante innovación en productos y servicios.

Digitel ha sido pionero en el lanzamiento de servicios de la más avanzada tecnología, desde el inicio instauró un esquema de facturación en segundos, lanzó el servicio de mensajería de texto, luego evolucionó a mensajería multimedia, basado en su plataforma GPRS, y día a día continua sorprendiendo al mercado con lo mejor del mundo de las comunicaciones.

Digitel TIM era propiedad de Telecom Italia Mobile, a través de su empresa TIM Internacional, pero para Enero 2005 fue adquirida 100 % de las acciones por Telvenco S.A. (Consortio presidido por el empresario Oswaldo Cisneros) por 425 millones de dólares.

Historia y Evolución.

La historia de las comunicaciones en Venezuela no es la misma de la llegada de Digitel TIM. Una de las principales contribuciones de la compañía al proceso de apertura de las telecomunicaciones en Venezuela, ha sido la introducción de la tecnología GSM (Global System for Mobile Communication), lo que le ha permitido consolidar su presencia como el operador más avanzado de telefonía.

Con GSM los usuarios disfrutaban las ventajas que ofrece el sistema de comunicaciones más seguro, brindando a la vez una privacidad incomparable, además de la prevención de fraudes por clonación.

El sistema está basado en el uso de una tarjeta SIM (Subscriber Identity Module) que almacena todos los datos del usuario, tales como: número telefónico, planes y servicios contratados, claves de seguridad, tráfico acumulado, números telefónicos personales, mensajes recibidos en voz y texto, entre otros, garantizando así, comodidad y flexibilidad en las comunicaciones del usuario y toda la seguridad de una transmisión encriptada.

Otro de los hitos en la historia de Digitel TIM fue que desde el primer momento se manejó sobre un esquema de cobro en segundos, que dio inicio a una etapa de

transparencia en la relación con los usuarios, no conocida hasta el momento en el país.

Igualmente, en septiembre del año 2000, Digitel TIM sacudió al mercado con la puesta en servicio de la mensajería de texto, lo cual obligó a las otras operadoras a ofrecer el servicio a sus clientes. Esta evolución no se detuvo y en noviembre de 2002 Digitel TIM presentó al mercado venezolano las mensajería multimedia, con su servicio Exprésate, sobre la innovadora plataforma GPRS.

También en noviembre de 2002 se dio inicio al servicio de Roaming internacional para los clientes pre-pago Radi-Call, lo que añadió aún más factores diferenciadores a la oferta de Digitel TIM.

Las más recientes innovaciones que ha traído Digitel TIM son TV Móvil y TIM Click. El primero convierte su celular en una pantalla de televisión, permitiéndole disfrutar de la programación de las televisoras locales, mientras que TIM Click imprime emociones, al ofrecer al usuario la posibilidad de imprimir en formato postal la fotografía tomada con su teléfono celular.

Tomado de la pagina web: <http://www.digitel.com.ve> (12/05//2006). Documento en línea

LA APERTURA DE LAS TELECOMUNICACIONES EN VENEZUELA: CONCEPCIÓN, LINEAMIENTOS, LEGISLACIÓN, ESCENARIO ACTUAL.

El vertiginoso avance de las telecomunicaciones y de la telefonía celular en Venezuela, Latinoamérica y en el mundo, ha tenido como consecuencias inmediatas, regulaciones y legislaciones por parte de los gobiernos de los distintos países donde esta opera. En este sentido, y como base y complemento para sustentar la presente investigación, se considero la incorporación de esta aparte, el cual fue tomado de la página Web de CONATEL (Consejo Nacional de Telecomunicaciones) (<http://www.conatel.gov.ve/ns/index.htm>.)

A continuación, se cita el contexto de de la legislación vigente en materia de telecomunicaciones en Venezuela.

A) Apertura de las telecomunicaciones. Concepción.

El 27 de noviembre de 2000 vence el privilegio de concurrencia limitada otorgado por la República a Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela y, en consecuencia, a partir de tal fecha cualquier interesado que haya obtenido la correspondiente habilitación administrativa, de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente, podrá prestar servicios básicos de telecomunicaciones en el país.

A tales efectos, el Ejecutivo Nacional tiene la obligación legal de realizar todas las acciones necesarias para asegurar que, a partir del día siguiente de la cesación del privilegio de concurrencia limitada, los operadores que hayan cumplido con los

requisitos establecidos puedan explotar los servicios básicos de telecomunicaciones.

1) Concepción del proceso de apertura.

La inclusión de nuevas empresas prestadoras de servicios básicos de telecomunicaciones en el mercado venezolano constituye el momento cumbre de la transformación del sector de las telecomunicaciones, iniciada en 1991 con la privatización de la CANTV.

En este momento, los esfuerzos del Estado están destinados a diseñar e implementar una política coherente que asegure tanto la libertad de empresa de los operadores y el beneficio privado en la realización de la actividad, como la protección de los intereses de los usuarios y el desarrollo integral del país.

Con la apertura total del sector de las telecomunicaciones, Venezuela avanza hacia la *sociedad del conocimiento*, y al mismo tiempo promueve el progreso social, económico y tecnológico. La entrada de nuevas empresas operadoras de servicios de telecomunicaciones, aunada a la actuación en el ámbito internacional en el ejercicio de la presidencia del Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones (CAATEL), la membresía en la Directiva de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y el desarrollo del proyecto satelital Simón Bolívar, permitirá a Venezuela posicionarse en los mercados internacionales para convertirse en líder regional de las telecomunicaciones.

Por otra parte, el fenómeno de la convergencia de tecnologías, al permitir una mayor eficiencia en la utilización de las redes de telecomunicaciones, así como la convergencia de los servicios, posibilita a las empresas la prestación no sólo de servicios básicos de telecomunicaciones, sino también de una diversidad de otros servicios.

En consecuencia, el Ejecutivo Nacional ha considerado que la apertura de los servicios básicos de telecomunicaciones no puede ser entendida de manera aislada, sino que debe conllevar al relanzamiento de la actividad de todo el sector. Así, se aprovecha la presente oportunidad no sólo para crear y ordenar las bases que han de enmarcar la transición hacia la libre competencia en los mercados de los servicios básicos de telecomunicaciones, sino también para crear condiciones que incentiven a los inversionistas privados a participar activamente en beneficio del desarrollo del sector.

2) Plataforma para el desarrollo de la Apertura

La novísima Carta Magna ha brindado el basamento estructural necesario para el desarrollo de la actividad económica en el país, al establecer un conjunto de garantías dirigidas a proteger derechos fundamentales, tales como: el derecho de propiedad, la libertad económica, la protección a la iniciativa privada y el desarrollo de los mercados en libre competencia.

El Estado venezolano utilizará diversos instrumentos destinados a establecer las bases de la actividad de las telecomunicaciones, con el objeto de modernizar el sector, promover la inversión y dotar a los particulares de reglas claras y confiables que permitan un mejor desarrollo de la actividad. Dichos instrumentos son: la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, el Plan Nacional de Telecomunicaciones, el Marco para las inversiones en el sector y el Reglamento de Apertura del Servicio de Telefonía Básica.

3) Plan Nacional de Telecomunicaciones.

El Plan Nacional de Telecomunicaciones tiene como norte fundamental el insertar a Venezuela en la Sociedad del Conocimiento, promoviendo de manera eficaz el

desarrollo de las telecomunicaciones e impulsando el crecimiento económico, a través del establecimiento de una visión clara del sector, proporcionando, a su vez, herramientas de soporte a decisiones políticas, regulatorias, de planificación y de inversiones.

La visión plasmada en el Plan Nacional de Telecomunicaciones es consolidar una sociedad desarrollada, rica en conocimientos e información, al alcance de todos, en cualquier momento y cualquier lugar, provista de una infraestructura de vanguardia que la convierta en líder de la región.

En este sentido, contiene objetivos a corto, mediano y largo plazo orientados a dirigir las decisiones del gobierno para promover el desarrollo del sector y establece las metas para el logro de esos objetivos.

4) Marco de inversiones nacionales y extranjeras en el sector.

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones prevé que las habilitaciones administrativas para realizar actividades de telecomunicaciones y las concesiones para el uso y explotación del espectro radioeléctrico podrán ser otorgadas a personas de cualquier nacionalidad, siempre que estén domiciliadas en el país, sin perjuicio de lo dispuesto en los tratados internacionales suscritos y ratificados por la República.

Cabe destacar que la participación de la inversión extranjera en el ámbito de las telecomunicaciones sólo podrá limitarse en el caso de los servicios de radiodifusión sonora y televisión abierta.

B) Descripción del sector de las Telecomunicaciones

1) Características técnicas del sector

El análisis económico de las características de la industria de telecomunicaciones abarca dos aspectos: Por un lado, los *componentes físicos*, dentro de los cuales se destaca como elemento fundamental, la red; por el otro, el abanico posible de *servicios* de telecomunicaciones.

Una red de telecomunicaciones es un sistema de medios interconectados diseñado para transmitir voz, datos, e imágenes entre otras unidades de información entre una multiplicidad de usuarios y localidades. La descripción técnica de la red implica varios niveles de interconexión. La red local está compuesta por los equipos terminales de los suscriptores los cuales están conectados mediante líneas telefónicas a sus centrales respectivas. Las centrales telefónicas realizan la conexión requerida en una llamada telefónica entre un par de suscriptores de la misma localidad. Ahora bien, la comunicación entre diferentes ciudades o regiones se lleva a cabo a través de circuitos de larga distancia nacional llamados redes troncales conmutadas.

Basados en la utilización de instalaciones físicas, las redes pueden ser clasificadas como alámbricas e inalámbricas. Como su nombre lo indica, las redes alámbricas son aquellas que efectivamente utilizan las instalaciones de redes tales como el cableado. Por su parte, las redes inalámbricas son las que utilizan medios tecnológicos distintos a los físicos, tales como las redes satelitales.

Las redes de telecomunicaciones tienen una estructura vertical natural que integra los distintos niveles de la red, desde las conexiones locales hasta las nacionales, haciendo posible que la comunicación se realice entre dos suscriptores ubicados en cualquier región en donde haya sido desarrollada la red. Finalmente, las redes nacionales están conectadas con la red internacional lo que permite la comunicación entre los países del mundo.

Originalmente, los componentes físicos ubicados entre los terminales telefónicos y las distintas centrales y estaciones estaban compuestos por líneas unidas por postes. Posteriormente, estas líneas fueron sustituidas por sistemas de cableado

(aéreo y/o subterráneo). Así mismo, los llamados cables coaxiales reemplazaron los cables de cobre utilizados inicialmente para la transmisión de larga distancia. A su vez, los avances tecnológicos permitieron el rápido reemplazamiento de los cables coaxiales por los de fibra óptica y por las transmisiones de microondas (terrestres y por bases satelitales).

Con respecto al segundo componente de la industria, esto es, la variedad de servicios de telecomunicaciones cabe decir que las innovaciones tecnológicas, así como las presiones económicas y políticas, han propiciado el surgimiento de nuevos servicios de telecomunicaciones, precipitando de esta manera la evolución del entorno del sector tanto a escala nacional como internacional. Con ello se ha obligado a los involucrados en el sector (operadores y hacedores de políticas) a revisar el conjunto de definiciones tradicionales que han caracterizado los servicios en el sector y la manera cómo éste ha sido organizado.

Es necesario destacar algunas particularidades importantes que definen el tipo de incentivos que los operadores en el sector tendrán en cuenta al establecer sus modos de comportamiento y relacionamiento empresarial, lo que es indispensable para precisar el marco regulatorio deseable:

- En primer lugar, que la tecnología utilizada para ofrecer los diversos servicios de telecomunicaciones se considera "específica".
- Además, que el sector había sido tradicionalmente considerado como un "monopolio natural", por sus elevadas economías de escala tanto a niveles gerenciales como administrativos y operacionales. Ello generaba un claro problema en la prestación eficiente y asequible a todos los segmentos de la población, y por consiguiente, un alto índice de penetración telefónica con curvas de demanda inelástica, bajo condiciones de competencia.
- Adicionalmente, el funcionamiento del sector depende de la utilización del *espectro radioeléctrico* como recurso escaso el cual es indispensable

para servir de vehículo a las transmisiones que son la base del funcionamiento del sector.

2) Características del sector en Venezuela

Según ha indicado Araujo Juárez, los servicios de telecomunicaciones están organizados en Venezuela según las siguientes categorías:

- Servicios Básicos de Telecomunicaciones: son los servicios de telefonía conmutados locales, nacionales e internacionales.
- Servicios Básicos de Telecomunicaciones Locales: "Servicios de telefonía conmutados que operan dentro de un área de servicio local y utilizan una red básica de telecomunicaciones, excluyendo los Servicios Básicos de telecomunicaciones de larga distancia, y
- Servicios Básicos de Telecomunicaciones de Larga Distancia: "Servicios de telefonía conmutados nacionales que operan entre áreas de servicio locales diferentes y utilizan una Red Básica de Telecomunicaciones y servicios de telefonía conmutada internacional proveniente de o dirigido a la República de Venezuela.
- Sistema Móvil Celular: Sistema de telefonía pública que utiliza la tecnología celular con capacidad de interconexión, con la red básica de telecomunicaciones para operar en un área geográfica en la banda "A" o en la banda "B".
- Redes Privadas de Telecomunicaciones: Sistemas de telecomunicaciones propios destinados a proveer medios de transporte de señales punto a punto y punto a multipunto de voz, texto, imagen, vídeo o datos, integrados o no, a través de cualquier medio. Además de los indicados anteriormente existen otros servicios no definidos en reglamentos o legislación tales como servicios de valor agregado,

concentración de enlaces y telecomunicaciones directas por satélite desarrollados en los contratos de concesión otorgados por CONATEL.

- Servicios de Valor Agregado: Son aquellos que, mediante el uso de redes de Telecomunicaciones y la adición de equipos, sistemas y aplicaciones informáticas, proveen facilidades como correo electrónico, vídeo texto, acceso a archivos electrónicos de datos, tele banca, imagen, correo de fax y similares telecomunicaciones que soportan o transmiten y procesan información de cualquier naturaleza. Estos servicios pueden ser el correo electrónico, la transferencia electrónica de fondos, al acceso al Banco de Datos, entre otros.
- Servicios de Concentración de Enlaces (o comúnmente llamados Trunking): Comprenden las comunicaciones bidireccionales y móviles, a través de un sistema de Concentración de Enlaces. Estos servicios pueden ser de varias formas:
- Servicios de Telecomunicaciones Directas por Satélite: Integran cualquier servicio de telecomunicaciones o cualquier combinación de los mismos, con transmisión unidireccional o vi direccional con capacidad de interacción y calidad ajustada a las normas internacionales, que llega al terminal del usuario final, de manera directa, mediante enlace por satélite.
- Servicios de Radiocomunicaciones Móviles Terrestres: Estos consisten en la operación de una red de telecomunicaciones diseñada para prestar servicios de punto a multipunto de comunicaciones, de monitoreo y/o radiolocalización.
- Servicios de Telemedicina: Son aquellos servicios de telecomunicaciones móviles que, a través de la infraestructura necesaria para la transmisión de las señales de voz o de datos necesarios, prestan los servicios de telemetría, asistencia médica y chequeo de pacientes a domicilio.
- Servicios de Radiomensajes Personales: Son aquellos servicios de transmisión de mensajes, mediante emisiones radioeléctricas con

carácter selectivo y receptores en poder de los usuarios del mismo. Estos se encuentran regulados en el Reglamento de Radiomensajes Personales.

3) Importancia del sector en el país; breve enfoque social, cultural y económico.

Se puede asegurar, para discernir sobre la problemática actual y a futuro de las ventajas competitivas del mercado venezolano, que las industrias culturales apoyadas en los medios de comunicación, las Telecomunicaciones (extensión telemática, redes), las nuevas tecnologías comunicacionales e informáticas productoras de bienes de capital y, aquellas en relación directa con actividades comerciales, se han transformado en los principales agentes de una economía hacia "*sociedades de servicios*" o "*de conocimiento*" así como de mensajes, bienes y servicios del desarrollo cultural. Frente, a tal expansión y diversidad industrial de los mercados culturales y comunicacionales en Venezuela, nos resulta evidente el lugar estratégico que deberían ocupar en una agenda de prioridades sobre la competitividad de las industrias venezolanas.

Los sistemas de información (SI, conjunto de metodologías y software de aplicación), la naturaleza de las nuevas tecnologías de información y comunicación en sí misma (computadoras, software de sistema, telecomunicaciones) y la gestión de la información (GI) atraviesan por modificaciones tecno-económicas de gran alcance que se basan en una combinación de innovaciones radicales e incrementales, junto con innovaciones organizativas, como un conjunto de capacidades emprendedoras, estratégicas, de decisión y gerenciales.

El rápido desarrollo de esta nueva era tecnológica con base en la información, o bien, como se le está denominando, hacia una "sociedad de la información sin control y sin secretos", ha alterado radicalmente el viejo paradigma fordista. Se trata de la recomposición estratégica del mercado en términos de ventajas

competitivas de costo, diferenciación y alcance de los productos (bienes y servicios) que se ofrecen. Por supuesto, este nuevo Paradigma Tecnoeconómico surge, sin lugar a dudas, de las persistentes presiones competitivas tecnológicas para mantener la rentabilidad y la productividad de los sectores industriales pero también de los límites percibidos al crecimiento del viejo estilo de producción masiva.

Por supuesto, si bien es cierto que Venezuela ocupa el cuarto lugar en inversiones en tecnología de información y telecomunicaciones en América Latina, después de México, Brasil y Argentina, es importante destacar como apunta Migdalia Pineda de Alcázar (Junio 1999, en Revista Latina de Comunicación Social) que las nuevas formas de socialización factibles de realizar a través de estas redes tienden a aumentar los desequilibrios por zonas, individuos y grupos sociales. Para 1997 Venezuela tenía 128,3 líneas por cada 1.000 habitantes, posición superior a Brasil que tiene 115,6 líneas, a México que cuenta con 94,2 e India que posee 17,9. No obstante, sigue siendo baja en comparación con los parámetros de los países más avanzados en esta área tecnológica; todavía persisten fuertes desequilibrios entre la telefonía básica y la de valor agregado y, entre la urbana y la rural.

La globalización que afecta a la generalidad de las actividades económicas tiene, también, reflejo en el sector de las industrias culturales y de la comunicación. Grandes grupos transnacionales se constituyen en dominadores de la oferta y comercialización de buena parte de las mercancías culturales de los países latinoamericanos, mientras la dinámica empresarial que se ha instaurado en los últimos años convierte a estas últimas en origen y destino de amplios movimientos de capital (compra, fusiones, absorciones) y empresas con altas tasas de beneficio.

Hay pocas dudas de que las autopistas de la información y los servicios multimedia vayan a ser el eje de las telecomunicaciones a mediano plazo. Para que ello sea posible las empresas operadoras de redes miden cuidadosamente los

servicios que van a ofrecer (siempre contrastados con sus usuarios potenciales) y las inversiones que van a ser necesarias. Y este nuevo patrón tecno-económico está condicionado a gastos previos en Investigación y Desarrollo (I&D), que han alterado las ventajas comparativas de las naciones. La posible transición de las redes actuales de telecomunicación a las futuras "*autopistas de la información*" (definida como un conjunto de redes de banda ancha, de manejo flexible, con un elevado nivel de inteligencia y con un acceso prácticamente universal) no parece que se vaya a realizar de una manera única y acompasada, sino que se tratará de una convergencia tecnológica cuya evolución dependerá mucho de los recursos dedicados a actividades de I&D, que deberán enfrentar los países de la región para superar las grandes diferencias entre el norte y el sur que históricamente se arrastra.

C) Regulación en el sector de telecomunicaciones

1) Antecedentes de la regulación de Telecomunicaciones en Venezuela

El cambio institucional es un proceso complicado y de difícil instrumentación. Aunque las instituciones formales pueden ser cambiadas inmediatamente como resultado de decisiones políticas o judiciales, las costumbres, tradiciones, códigos de conducta y otras instituciones informales son mucho más resistentes al cambio.

En general, los instrumentos de regulación tienden a solidificarse, y a divorciarse por tanto del contexto temporal y local que les da sentido. Así mismo, el ente regulador tiene la función de transformar acuerdos ocasionales en normas y de ayudar a fortalecer los actores, creando las condiciones para que los comportamientos se adapten a las nuevas condiciones. Ello no es fácil, dado el conjunto de incentivos que inhiben el interés del ente por regular conforme al bienestar público.

En el sector de telecomunicaciones, como en otros servicios de utilidad pública como el eléctrico y el de agua, la principal justificación para la intervención del

Estado había sido la de considerar que este sector poseía una estructura industrial propia de un monopolio natural.

En efecto, debido a la especificidad de las inversiones en el sector, la competencia entre los agentes económicos se consideraba prácticamente imposible ya que los altos costos tecnológicos hacían que, al ingresar en el mercado de telecomunicaciones, el empresario quedase atado al mismo al no poder recuperar su inversión dada la naturaleza específica de los activos empleados, que no era posible emplear en usos alternativos. Se concluía entonces, en que este sector requería elevados costos hundidos o costos no recuperables, lo que se constituye en una importante barrera a la entrada al mercado y a la competencia.

Igualmente, en tales condiciones las empresas que logran ingresar al sector suelen adquirir de este modo una posición de monopolio y por tanto, independencia global en su comportamiento, lo que en definitiva les permite limitar la producción e/o imponer precios superiores que los que de otro modo pudieran establecerse en una situación de competencia. Por lo tanto, la intervención pública en los casos de monopolios naturales se ha asociado a la idea de un control intenso, preferiblemente ejercido a través de una empresa del Estado, dirigido a evitar el abuso de poder de mercado. Por otra parte, dicha regulación también persigue capturar las ventajas de los monopolios naturales, a saber: que pueden vender a un precio inferior que el que existiría si operan dos o más empresas.

2) Primera etapa en el desarrollo de las telecomunicaciones.

Llegados a este punto es posible comprender la evolución del marco regulatorio del sector de telecomunicaciones, desde sus comienzos, en la década de 1930, hasta el presente; en buena medida dicha evolución ha estado asociada al destino de la Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV).

El marco regulatorio del sector se inició en 1940 al dictarse la Ley de Telecomunicaciones, la cual ha regulado desde entonces las actividades de las telecomunicaciones en Venezuela. Guiada por la idea de mantener un control estatal intenso, dicha ley establece en su artículo 1º que el establecimiento y la explotación de todo el "sistema de comunicación telegráfica...corresponde exclusivamente al Estado". De esta manera, la planificación, regulación y control de las telecomunicaciones se ejercería a través del ministerio del ramo, esto es, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC), (artículo 33 de la Ley Orgánica de Administración Central). En este sentido, la base del sistema organizativo de las telecomunicaciones se encontraba, hasta la creación de CONATEL, en el MTC, a través de la *Dirección General Sectorial de Comunicaciones*, la cual tenía dentro de su competencia la elaboración y evaluación de planes a mediano y largo plazo, el análisis de aspectos económicos, técnicos y financieros de los organismos estatales descentralizados de telecomunicaciones (empresas operadoras), la administración del espectro radioeléctrico, la elaboración de normas para el otorgamiento de permisos y certificados, para la instalación y operación de equipo de telecomunicaciones y para controlar la programación de las estaciones de radiodifusión sonora y audiovisual, así como el estudio y la evaluación de tarifas, entre otras atribuciones.

Así, dicho régimen ha sido considerado en varias ocasiones como un obstáculo de acceso al mercado, al excluir del sector de telecomunicaciones del posible ejercicio de la libertad económica, no obstante la posibilidad de otorgar permisos y concesiones a privados para operar en el sector.

Por su parte, la CANTV fue constituida legalmente en 1930 como una empresa privada, para explotar una red telefónica en el Distrito Federal y otras localidades, con base en una concesión otorgada por el entonces Ministerio de Fomento. Al ser la más exitosa, la CANTV fue adquiriendo progresivamente las demás empresas dedicadas a la explotación del servicio de telefonía. A partir de 1946 la CANTV tuvo que competir con el Ministerio de Comunicaciones, el cual en esa fecha

comenzó a ofrecer servicios de telecomunicaciones (telégrafo y telefonía) con instalaciones propias. En 1953 y a pesar de que coexistían ambas empresas (la pública y la privada), el Gobierno Nacional adquirió las acciones de la CANTV y en 1965 le traspasó a esta empresa las instalaciones telefónicas del Ministerio de Comunicaciones, otorgándole una concesión por 25 años para operar en el sector como monopolio telefónico nacional. De esta manera, la CANTV se convirtió en el instrumento privilegiado del Estado para el desarrollo de los servicios telecomunicaciones. Los servicios de correos telégrafos, con su numerosa plantilla de empleados, permanecieron en dicho ministerio.

3) Segunda Etapa: Estancamiento del sector en los ochenta

Si bien hasta finales de la década de los setenta la CANTV emprendió un profundo proceso de desarrollo tecnológico, a comienzo de la década de los ochenta ya experimentaba un estancamiento en las inversiones y una progresiva erosión en la calidad del servicio, como consecuencia de los intereses políticos infiltrados en la alta gerencia de la empresa. Debido en gran medida al peso de los gastos financieros para servir una deuda externa de más de US\$ 650 millones, CANTV arrojó pérdidas por primera vez en 1989, que se repitieron en 1990.

Dado el pobre desempeño del sector y las evidentes limitaciones del régimen regulatorio vigente para la fecha, se creó en el MTC una unidad denominada *Grupo de Reestructuración de las Telecomunicaciones*, adscrito directamente al Ministro y con la misión principal de diseñar e implantar la nueva estructura del sector. Dicha unidad tenía como objetivo la elaboración de un programa para el desarrollo del sector, así como la privatización de la CANTV y la reforma del sistema regulatorio, a través del diseño de un nuevo ente regulador de las telecomunicaciones.

Al aproximarse la expiración de la concesión de la CANTV en julio de 1990 se propuso la renovación de la concesión por otros 25 años o alternativamente, la

privatización de la CANTV. Esta última propuesta buscaba reproducir la experiencia de otros países, como los Estados Unidos y algunos de América Latina. En ellos, se habían producido considerables avances tecnológicos, a través de las privatizaciones de empresas telefónicas públicas importantes, así como la apertura a la competencia del sector.

Posteriormente, con la reestructuración de las empresas del Estado, aplicada en el programa de ajustes económicos del Gobierno Nacional (1989-1993), se propuso la privatización de las empresas públicas, como programa prioritario de la reforma. Después de un arduo proceso de información, persuasión y negociación con los trabajadores de la compañía, la opinión pública y sectores del Congreso Nacional el 15 de noviembre de 1991 se llevó a cabo la licitación para la colocación del 40% de las acciones de la CANTV y se adelantó la venta del 11% de las acciones de la empresa a los trabajadores. Las acciones culminaron con la aprobación del contrato de concesión por la Comisión Bicameral especial del Congreso Nacional, con una duración de 25 años, período de exclusividad considerado necesario y suficiente para el desarrollo de la red de telefonía básica. En 1991 se creó mediante decreto presidencial la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), con carácter de servicio autónomo sin personalidad jurídica y con autonomía de gestión, financiera y presupuestaria. Salvo lo relativo al control de programas de radio y televisión, CONATEL asumió las funciones adjudicadas hasta entonces a la *Dirección General Sectorial de Comunicaciones*, tal como lo establece el artículo 2 del referido decreto.

En resumen, el ente regulador de las telecomunicaciones tenía como objetivos generales lo siguiente:

I.- Garantizar a todos la oportunidad de acceso a los servicios básicos de telecomunicaciones,

II.- Contribuir al desarrollo del país mediante la definición de políticas generales para el desarrollo del sector,

III.- Promover el desarrollo tecnológico, a fin de facilitar el acceso al mercado de nuevos servicios,

IV.- Regular y controlar la operación de los distintos servicios de telecomunicaciones prestados por las diversas operadoras, y

V.- Regular la prestación de los servicios desde el punto de vista económico financiero, a través de la determinación de las tarifas de los servicios prestados.

4) Tercera Etapa: Más allá de la privatización

Como ya se señaló, la CANTV, antes y después de su privatización, ha operado como un monopolio telefónico a escala nacional. Ello era posible originalmente, pues la tecnología aplicada para la prestación de los servicios de telecomunicaciones configuraba el sector como uno de monopolio natural. Era necesaria y suficiente la concentración del esfuerzo de inversión en un sólo agente (estatal) para el desarrollo de redes telefónicas.

Sin embargo, la evolución tecnológica tuvo un fuerte impacto sobre esta noción de monopolio natural en el sector de telecomunicaciones, que dejó de ser un servicio básico homogéneo e integrado. Hoy día, este sector integra un conjunto de servicios diversificados y fácilmente desagregarles de los servicios básicos.

No obstante, la CANTV continuaba siendo un monopolio legal debido a que el contrato de concesión y la Ley que Regula la Reorganización de los Servicios de Telecomunicaciones aún la consideraban como tal. En esta última, se señalaba que la CANTV era la única empresa autorizada para establecer y explotar los siguientes servicios:

- Servicios telefónicos nacionales, internacionales y rurales
- Servicios de télex nacionales e internacionales
- Radio-Teléfonos

- Servicios de facsímil
- Telefotografía
- Transmisión de datos
- Facilidades para la transmisión de programas de radio y TV
- Servicios de telégrafos
- Otros servicios

Como se observa, existía un conjunto amplísimo de servicios otorgados a la CANTV bajo el régimen de concurrencia limitada, lo que evidencia el carácter de virtual monopolio legal de CANTV en la oferta de los servicios de telefonía local (larga distancia nacional y larga distancia internacional).

Este régimen de monopolio legal a favor de la CANTV venció en noviembre del año 2000. A partir de entonces la telefonía básica y los servicios de larga distancia nacional e internacional se convierten en actividades económicas en los que podrán a entrar a competir nuevas operadoras.

Con ello era necesaria la unificación del sistema regulatorio con aquellos servicios de telecomunicaciones (telefonía móvil, valor agregado, redes privadas de comunicaciones, trunking, radiocontacto, entre otros), los cuales ya están sometidos a un régimen de concurrencia. En estos sectores el otorgamiento de concesiones y permisos de operación a diferentes empresas interesadas, han creado subsectores con dinámicas de competencia bien definidas.

Ante esta nueva situación, es necesario presentar un nuevo diseño regulatorio que sea eficiente y equitativo.

D) Legislación. Ley Orgánica de las Telecomunicaciones.

1) Posición oficial de CONATEL: La ley de Telecomunicaciones y la Apertura según el gobierno Nacional.

El marco del proceso de apertura está fundamentado en la reciente Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la cual contempla el régimen general que regula la prestación de los servicios de telecomunicaciones y contiene disposiciones expresas de carácter transitorio dirigidas a regular el proceso de apertura.

La regulación establecida en la nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones está dirigida a garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones. En tal sentido, establece mecanismos expeditos, claros, públicos, igualitarios y reglados para la obtención de las respectivas habilitaciones administrativas. Asimismo, consagra la posibilidad de incorporar atributos adicionales a las habilitaciones administrativas y mecanismos transparentes para la obtención de la concesión de uso del espectro radioeléctrico.

En concordancia con la misión del Estado de garantizar la prestación de los servicios de telecomunicaciones en todo el espacio geográfico nacional, los operadores tienen la obligación de prestar los servicios de telecomunicaciones con base en estándares mínimos de penetración, acceso, calidad y asequibilidad económica, con independencia de la localización geográfica, a los fines de lograr la integración nacional, masificar el acceso a la información e impulsar el desarrollo de la educación y la salud.

2) Papel del Organismo Regulador

La Administración Pública de las telecomunicaciones está integrada bajo un esquema a dos niveles. En primer lugar, el Ministerio de Infraestructura tiene atribuida la dirección de las telecomunicaciones en el Estado, competencia que ejerce a través del establecimiento de las políticas y lineamientos generales que han de aplicarse en el sector, para asegurar, de tal forma, su concordancia con los planes nacionales de desarrollo que establezca el Ejecutivo Nacional.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones ha descentralizado funcionalmente las competencias técnicas referidas a las telecomunicaciones mediante la creación de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, como un instituto autónomo dotado de autonomía técnica, financiera, organizativa y administrativa, adscrito al Ministerio de Infraestructura, y con competencias para la regulación, planificación, promoción, desarrollo y protección de las telecomunicaciones en todo el espacio geográfico nacional.

Además de estos cambios de orden jurídico, CONATEL inició en 1999 un proceso de fortalecimiento institucional orientado a asegurar una mayor eficiencia y capacidad técnica. En tal sentido, se han introducido cambios en la estructura organizacional, los recursos humanos y la infraestructura técnica.

La reestructuración administrativa permitió adecuar la estructura de CONATEL a los procesos que se llevan a cabo en su seno, con el objeto de optimizar las respuestas a las solicitudes de las empresas y usuarios de los servicios. Asimismo, ha invertido recursos y esfuerzos para capacitar a su personal en áreas técnicas, legales y económicas, y ha reforzado sus cuadros técnicos y gerenciales. En el aspecto de infraestructura técnica, actualmente se adelanta el desarrollo del Sistema Automatizado de Administración y Gestión del Espectro Radioeléctrico (SAAGER), el cual permite el monitoreo automatizado de las señales que son transmitidas a través del espectro radioeléctrico y la disponibilidad de bases de datos contentivas de la identificación de las empresas operadoras, habilitaciones administrativas, concesiones y recaudación de impuestos, entre otros.

Este esfuerzo, aunado a las nuevas políticas implementadas por el Ejecutivo Nacional y los postulados de la nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones ha cambiado la concepción del organismo regulador de las telecomunicaciones en Venezuela. En efecto, el nuevo regulador es un verdadero administrador del sector de las telecomunicaciones y, principalmente, de los recursos escasos, con la misión de promover la inversión en el sector y coadyuvar en el fomento y la protección de la libre competencia en el sector, de la mano con la

Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. Asimismo, CONATEL se constituye en un árbitro efectivo de las controversias entre los operadores de telecomunicaciones y debe velar, de igual forma, por la calidad de los servicios prestados en el país.

3) Modelo de Apertura

Los lineamientos en materia de otorgamiento de habilitaciones administrativas y concesiones de uso; así como en materia de interconexión, numeración, acceso al portador de larga distancia, vías generales de telecomunicaciones, tasación, facturación y cobranza, tarifas, tasas contables y calidad de servicios, que a continuación se presentan, constituyen el marco general que orientará el proceso de apertura de los servicios básicos de telecomunicaciones en Venezuela.

En este sentido, el artículo 211 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones prevé la creación del "Reglamento de Apertura del Servicio de Telefonía Básica", instrumento normativo, que desarrollará los lineamientos expuestos en el presente documento, estableciendo las condiciones, limitaciones, requisitos y demás elementos necesarios para definir el proceso de apertura de este servicio.

Objetivos de la Apertura:

- a) Transformar el sector de telecomunicaciones y convertirlo en uno de los ejes fundamentales para el crecimiento económico del país.
- b) Promover nuevas inversiones que contribuyan a la diversidad, calidad, expansión y desarrollo de servicios de telecomunicaciones.
- c) Facilitar el posicionamiento de Venezuela en los mercados regionales Andinos.
- d) Promover el desarrollo social y la equidad.

Principios Orientadores

El proceso de apertura de los servicios básicos de telecomunicaciones requiere de la definición de principios que orienten la actuación tanto de los operadores de servicios de telecomunicaciones como del órgano regulador. En este sentido, la libertad económica, promoción de inversiones, la transparencia, la libertad tecnológica, la no discriminación, la libre competencia, la equivalencia de oportunidades, la eficiencia, la libertad de elección de los usuarios y la equidad social, constituyen las premisas básicas que fundamentan el proceso de apertura.

Libertad económica: En concordancia con la visión plasmada en la novísima Ley Orgánica de Telecomunicaciones, todo aquél que cumpla con los requisitos establecidos y con el procedimiento previsto, podrá obtener una habilitación administrativa que le permita explotar redes de telecomunicaciones.

Promoción de Inversiones: Con la finalidad de atraer capitales al sector y desarrollar esta rama de la actividad económica nacional, CONATEL ha adoptado una política de reducción sincerada de barreras de entrada a la prestación de servicios de telecomunicaciones, eliminando la imposición de costos adicionales para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas.

Libre Competencia: El Estado impulsará una apertura amplia y ordenada de las telecomunicaciones, procurando un ambiente de libre y leal competencia en el mercado, motivando el surgimiento de nuevos actores y promocionando la expansión y distribución de los capitales en el sector. A tales efectos y en el marco del nuevo ordenamiento jurídico, será especialmente vigilante de inhibir aquellas prácticas que distorsionen la dinámica de un mercado saludable. En este sentido, CONATEL coadyuvará a la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia en la defensa de la competencia, para lo cual ambos organismos han suscrito un convenio Inter Administrativo.

Equivalencia de Oportunidades: En consonancia con lo establecido en el artículo 113 de la Constitución, el artículo 211 de la nueva Ley Orgánica de

Telecomunicaciones faculta a CONATEL para adoptar las medidas que permitan crear las condiciones necesarias para la apertura de los servicios básicos de telecomunicaciones, y le confiere la potestad de establecer regulaciones asimétricas con miras a fomentar la equivalencia de oportunidades entre los operadores existentes y entrantes, así como la competencia en el sector.

No Discriminación: CONATEL tiene la obligación de facilitar la entrada de los operadores al mercado, en condiciones no discriminatorias y de propiciar el acceso de los usuarios sin distinciones a los servicios de telecomunicaciones. Por otra parte, los operadores de servicios están obligados a negociar con todos sus homólogos los acuerdos que sean necesarios para la prestación de sus servicios y ofrecer los mismos a todo aquél que así lo requiera.

Transparencia: Con el objeto de permitir a todos los participantes en el proceso de apertura conocer los requisitos, características y aspectos relevantes del régimen de las telecomunicaciones en nuestro país, CONATEL debe establecer las Condiciones Generales de las habilitaciones administrativas, el Marco Normativo para la Numeración Nacional y el Cuadro Nacional de Atribución de Bandas de Frecuencia (CUNABAF). Asimismo, se prevé la obligatoriedad de la realización de consultas públicas para la producción y modificación de los actos normativos que dicte CONATEL y de las Condiciones Generales de las habilitaciones administrativas.

Libertad en el Uso de las Tecnologías: Con el objetivo de impulsar la modernización e innovación de los servicios de telecomunicaciones, se permite y facilita el ingreso de nuevas tecnologías al país, siempre que con ello no se desmejore el acceso a los servicios y su calidad y sin otras limitaciones que las derivadas de la normativa de uso del espectro radioeléctrico, la homologación de equipos y la legislación ambiental vigente.

Eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico: CONATEL debe velar por la adecuada utilización del recurso espectral, tanto por su carácter de recurso escaso

del dominio público como por su utilidad para la prestación eficiente de más y mejores servicios. En consecuencia, las porciones del espectro radioeléctrico de alta valoración económica serán otorgadas mediante el procedimiento de oferta pública legalmente establecido. El Estado velará porque el espectro radioeléctrico sea efectivamente utilizado por los concesionarios.

Libertad de elección: La entrada de nuevos actores en un escenario de efectiva competencia permitirá a los usuarios elegir al proveedor de servicios básicos de telecomunicaciones de su preferencia. CONATEL garantizará el respeto de los derechos de los usuarios y su posibilidad de acceso a los servicios en condiciones de igualdad, así como también, la posibilidad del usuario de cambiarse de un operador a otro sin más limitaciones que las previstas en la normativa correspondiente.

Equidad social: Uno de los principales objetivos del Estado consiste en asegurar que todos los habitantes de la República tengan acceso a servicios de telecomunicaciones eficientes y de calidad. En consecuencia, con miras a reducir la desigualdad social en sus múltiples manifestaciones y fomentar un desarrollo más integrado, CONATEL, en desarrollo de lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, ha de diseñar políticas para contribuir con el logro de dichos objetivos. Ejemplos de ello lo constituyen la instalación de teléfonos públicos, la previsión de planes orientados a sectores de menores ingresos, el desarrollo de telecentros, la prestación de servicios bajo condiciones preferenciales de acceso y precios a escuelas, universidades, bibliotecas y centros asistenciales públicos y la institución del Servicio Universal.

E) Antecedentes e implicaciones del la nueva Ley

La promulgación de la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones en junio de 2000 constituye un hito en la historia de un sector cuyo desarrollo ha sido ejemplar dentro de la economía venezolana. El sector de las telecomunicaciones es el

único, aparte del petróleo, que mantuvo un crecimiento constante a lo largo de la década de los noventa. Tal comportamiento es una consecuencia del extraordinario auge de este sector en el mundo, pero también de la forma como ha sido manejado en el ámbito nacional.

Los servicios de telecomunicaciones y de radiodifusión surgieron en Venezuela, como en la mayoría de los países, en forma de actividades privadas, aunque sujetas a intervención del Estado. La ley de Telecomunicaciones de 1940 reservó al Estado la prestación de estos servicios, sea de manera directa o mediante permisos y concesiones a particulares para su establecimiento y explotación. La Compañía Anónima de Teléfonos de Venezuela (CANTV) fue establecida originalmente como una empresa de derecho privado, cuyas acciones fueron adquiridas por el estado en 1953, aunque con capacidad para venderlas de nuevo cuando lo considerase conveniente. Por ello fue posible privatizarla dentro del marco de la ley de 1940. CANTV recibió un contrato de concesión en 1965, recogida en la ley que regula la reorganización de los servicios de telecomunicaciones de ese año.

Durante los años 90 el sector experimentó extraordinarios cambios en gestación desde hacía décadas. La invención del transistor a comienzos de los 50 fue crucial en el avance de la electrónica del estado sólido, la cual ha hecho posible las comunicaciones digitales, los satélites y los microcomputadores. En paralelo con la revolución tecnológica se desarrolló una revolución institucional. En 1983, una decisión judicial abrió por primera vez a la competencia el servicio telefónico en Estados Unidos, y en 1984, la privatización de British Telecom comenzó a revertir la anterior tendencia a la estatización.

La apertura a la competencia y a la privatización transformó el sector en el mundo entero, en particular en América Latina y en Europa Oriental. Venezuela se une a este proceso con el otorgamiento de la banda A de telefonía móvil celular a Telcel, en 1990, y la creación de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y la privatización de CANTV en 1991. Esta empresa había

alcanzado importantes logros en las décadas de los 60 y 70, con la automatización de los servicios locales y de larga distancia en todo el país. En los 80, cayó en un estancamiento, después del despido conflictivo de casi todo su equipo de ingenieros y otros profesionales que se oponían a la politización y al otorgamiento arbitrario de contratos de adquisición. Para 1990 la calidad de servicio era inaceptable, y la demanda acumulada no atendida alcanzaba cifras alarmantes.

El sector telecomunicaciones creció en los 90 gracias a las inversiones de CANTV, Telcel y otras empresas. A lo largo de la década CONATEL otorgó más de 200 nuevas concesiones. La inversión total se acercó a 10.000 millones de dólares. El sector ha llegado a representar más del 3% del PIB: duplicó la participación registrada a comienzos de la década. CANTV posee 3,6 millones de líneas fijas, e instaló más de 3000 Km de fibra óptica y media docena de cables submarinos internacionales. No obstante, la calidad del servicio telefónico no ha llegado a alcanzar las metas establecidas en el contrato de concesión. El crecimiento más espectacular fue el de la telefonía móvil celular que, gracias al sistema de prepago alcanza casi 5 millones de aparatos en uso. La expansión del acceso a Internet, si bien todavía limitado, posee un enorme potencial. La radiodifusión a experimentado también cambios notables, aunque menos espectaculares. El auge de la televisión por suscripción es uno de los más importantes, tanto vía satélite como por cable. En la radiodifusión sonora la innovación más importante, fue la difusión de la frecuencia modulada en la década de los 80. Más que cambios técnicos, se debe destacar el papel desempeñado por los medios de comunicación durante los 90: informar y moldear la opinión pública y servir de foro para el debate nacional.

La expansión de las telecomunicaciones es impresionante en una década durante la cual la economía nacional ha pasado por serias dificultades. En 1990, los pronósticos apuntaban a un crecimiento del producto del 6 por ciento anual. Tal pronóstico se cumplió entre 1990 y 1992; pero, a partir de ese año, el producto se estancó o se contrajo todos los años con excepción de 1995, cuando creció 3,95 por ciento y en 1997, cuando lo hizo 6,40 por ciento. Debido a la reducción de la

demanda esperada, se hizo necesario reducir las metas de expansión contempladas en el contrato de concesión de CANTV. Para el año 2000, en lugar de 4,4 millones de líneas instaladas se contaba con cerca de cuatro millones. La demanda estaba prácticamente satisfecha para el nivel de tarifas establecido. La densidad telefónica alcanzó 13 teléfonos por cien habitantes, una cifra todavía baja. Sin embargo, no se había previsto el auge de la telefonía celular. Si se considera que el sistema de prepago permite el acceso a personas que normalmente no serían suscriptores del servicio fijo y se suma el número de suscriptores fijos, la densidad telefónica puede estar cercana a 20 suscriptores por cien habitantes.

Con la apertura a la competencia y la privatización realizada en la mayoría de los países, han surgido empresas de telecomunicaciones globales que vienen adquiriendo las operadoras telefónicas nacionales. Ejemplos de ello son Telefónica de España, France Telecom y Bell South en América Latina. Este es un aspecto de la globalización que ha traído indudables beneficios a los países, al ofrecer mejor calidad en los servicios tradicionales y nuevas modalidades de servicio. Las tarifas han aumentado generalmente, pero tienden a reducirse en la medida en que se profundiza la competencia. La CANTV estatal y monopólica no hubiese podido alcanzar los resultados descritos, aun en las mejores condiciones. Empresas tan eficientes y prestigiosas como las telefónicas francesa y alemana fueron privatizadas para hacerlas más ágiles y competitivas. En las empresas latinoamericanas se ha requerido una inyección masiva de inversión, tecnología y gerencia, con el respaldo de importantes empresas transnacionales, como han sido GTE y Bell South en el caso venezolano.

Estos cambios fueron posibles dentro del marco de la ley de 1940. Sin embargo, desde comienzos de los años noventa se señala la necesidad de una nueva ley adecuada a las realidades del sector. Se destacaba, particularmente, la carencia de disposiciones acerca de los contratos de concesión o de servicio, el derecho del ciudadano a la comunicación y su inviolabilidad. También se consideraba que la potestad del Estado para revocar concesiones era demasiado amplia y que era necesario regular a los operadores, no solamente a los servicios. Se proponían

leyes separadas para los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión. Un proyecto de Ley de Telecomunicaciones fue aprobado por la Comisión de Administración y Servicios de la Cámara de Diputados en primera discusión en mayo de 1991; pero transcurrieron nueve años antes de que se contara con una Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

La nueva ley constituye un avance importante en la concepción de los servicios de telecomunicaciones. Deja de lado su definición anterior como servicio público y los caracteriza como actividad económica de interés general. Así, cualquier particular tiene derecho a prestarlos, sujeto a las regulaciones que establezca el Estado en aras del interés público; de allí la figura de las habilitaciones para las empresas operadoras y los atributos para caracterizar los servicios específicos. Un segundo pilar conceptual es la libre competencia como el mecanismo fundamental de funcionamiento, bajo la supervisión de Procompetencia, y recurrir a la regulación por excepción cuando la competencia no pueda surtir el efecto deseado.

Otros puntos fundamentales son la promoción de la convergencia de servicios, que corresponde a una tendencia manifiesta del sector, y la aspiración al servicio universal, cónsono con la relevancia otorgada actualmente a los servicios de telecomunicaciones como un medio para combatir la marginación económica y social. La figura de concesiones se conserva para el uso del espectro radioeléctrico, lo cual se justifica por tratarse de un bien público escaso. En la ley se establecen mecanismos transparentes para su adjudicación. La posibilidad de revocación de estas concesiones ha despertado inquietud en los medios de radiodifusión. Es necesario esperar los reglamentos y observar cómo será aplicada la ley en la práctica.

La expansión de las telecomunicaciones seguirá adelante en las próximas décadas y llegará a alcanzar la casi totalidad de los habitantes del planeta y buena parte de las máquinas y equipos que están a su servicio. Tal universalidad no significa necesariamente homogeneidad. La dotación de servicios abarcará una gama que

va desde los servicios comunales mínimos hasta el acceso en banda ancha y multimedia, según las necesidades y la capacidad de pago de cada cual. La transmisión de información estará íntimamente asociada a la generación de contenidos y a su procesamiento, El control de esta red global puede estar concentrado en pocas manos, o disperso en muchas. No se puede prever el impacto de la comunicación universal, pero la Ley Orgánica de Telecomunicaciones parece un marco idóneo para el desarrollo del sector en las próximas décadas.

F) Por menores de la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones (L.O.T)

Mucho se ha hablado de la oportunidad de negocio que representa la nueva Ley de Telecomunicaciones. Pero, ¿sentirá el venezolano común el efecto de más de 200 artículos que comprende esta nueva Ley? El usuario común de Internet, televisión por cable, telefonía básica o pública, o cualquier otro mecanismo de comunicación automáticamente se convierte en un blanco directo de los nuevos parámetros legales del sector.

Los venezolanos permanecieron 40 años regidos por una ley que los mantuvo alejados del desarrollo desesperado de los sistemas de comunicación que entrelazaban naciones, apuntalaban sistemas económicos y elevaban la calidad de vida de sus habitantes.

La Ley de Telecomunicaciones de 1940 le confería el dominio de la actividad relativa a un Estado sin capacidad de inversión y exigía que 80 por ciento del capital social de la compañía de servicios debía ser nacional, lo cual ponía una camisa de fuerza a la millonaria inversión extranjera. La demostración máxima del fracaso de este modelo se demostró cuando, entre 1996 y 1997, una vez que se privatizó 40 por ciento de CANTV, se otorgó la primera concesión privada de telefonía celular y se empezó a hablar de la apertura del sector para el año 2000, en esa oportunidad los inversionistas foráneos invirtieron en tal medida que el

sector generó 5,9 por ciento del Producto Interno Bruto. En medio de la recesión económica de la mayoría de los sectores productivos del país, las telecomunicaciones reportaron 20 por ciento de crecimiento. El camino recorrido y las proyecciones para este año hacen que el sector de telecomunicaciones sea identificado, conjuntamente con los índices de producción petrolera, como la actividad que más promete aportar buenas noticias al desarrollo económico del país. No en vano Fedecámaras otorgó al área de telecomunicaciones la categoría de sector empresarial.

La nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT) aprobada en mayo del año 2000 pone coto al monopolio que CANTV tenía en el servicio de telefonía básica para dar la bienvenida a inversionistas deseosos de comercializar los servicios hasta ahora reservados a la telefónica nacional y a pocas compañías de telefonía celular. Las áreas de nuevos productos se orientarán a radiomensajes personales, redes privadas de telecomunicaciones, telefonía celular, televisión por suscripción, telefonía pública y todos los tipos de transmisión de voz, datos y video existentes. La seguridad jurídica y económica que implica este marco legal activará la imaginación de los desarrolladores de tecnología y servicios para abarrotar al mercado venezolano de opciones que faciliten la actividad corporativa y la calidad de vida individual y familiar de los venezolanos.

La entrada en vigencia de la LOT se encuentra con el siguiente panorama: de cada 100 hogares venezolanos sólo 11 tienen acceso a la telefonía básica y de cada 100 habitantes cuatro tienen acceso a Internet. Las metas de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) apuntan a que 75 por ciento de la población contará con el servicio de telefonía básica; 80 por ciento del país accederá al menos a un servicio de telecomunicaciones, y por lo menos 15 por ciento de la población tendrá acceso a Internet.

El Ministerio de Infraestructura coordinará las acciones de CONATEL, que será el órgano competente del Ejecutivo nacional en todo lo relativo a la regulación, administración y control de las telecomunicaciones regulados por esta ley.

CONATEL continuará con su función de aprobar los planes nacionales de telecomunicaciones y las concesiones de radiodifusión. Esta autoridad, que conjuntamente con las cámaras y representantes privados del sector impulsaron la materialización de este proyecto, ahora se mantendrá vigilante para que la ley cumpla con todas sus promesas.

El desarrollo del Plan Nacional de Telecomunicaciones y la necesidad de una ley se enmarcó dentro de la definición de la infraestructura global de la información que hace la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (organismo del cual Venezuela es miembro). Para la UIT hay tres industrias que van a integrar la tecnología: la industria de infraestructura de las telecomunicaciones y hardware, de aplicaciones y contenidos.

G) La LOT y el sistema Tributario.

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT) prevé diversas categorías de tributos: a) el impuesto a la actividad de telecomunicaciones; b) las tasas por el uso del espectro radioeléctrico y por habilitaciones administrativas y c) las contribuciones especiales, afectadas o no, por un patrimonio separado de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

En esta oportunidad nos referimos al impuesto a las Telecomunicaciones que deben pagar las operadoras de este servicio, en cualquiera de sus modalidades (radiodifusión sonora, televisión abierta, telefonía móvil o fija, etc.). Este impuesto grava el ejercicio con fines de lucro de la actividad de telecomunicaciones y su base imponible son los ingresos brutos generados por la misma. Se trata de un impuesto objetivo o real, toda vez que se dimensiona sobre los rendimientos o beneficios brutos que la explotación produzca. La alícuota aplicable es de 1% en el caso de la radiodifusión sonora, televisión abierta, y de 2.3% para los demás servicios de telecomunicaciones, con una sobre retasa para la telefonía móvil celular de 0,1% para el año 2001, hasta 0.5% para el año 2005.

Este impuesto debe auto liquidarse y pagarse en forma trimestral, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario.

Cabe destacar que no todos los ingresos brutos de la operadora del servicio de telecomunicaciones forman parte de la base imponible de este impuesto, sino que además se requiere, como expresamente lo señala la LOT, que ellos deriven de la explotación de tales servicios. Entonces, quedan excluidos de la base imponible, aquellos ingresos brutos ajenos a la ejecución del servicio de telecomunicaciones, es decir, aquellos que no se relacionan con la "transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros medios electromagnéticos afines, inventados o por inventarse." (Artículo 4 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones).

En tal virtud, la propia LOT, expresamente prevé que "no formará parte de los ingresos brutos de las operadoras de telecomunicaciones, los ingresos derivados de dividendos, ventas de activos e ingresos financieros". (Artículo 155, Parágrafo único). Luego, la LOT excluye del ámbito de gravabilidad de los tributos en ella previstos, cualquier otro ingreso bruto no derivado de la operación de las telecomunicaciones, entre los que se encuentran las ganancias de capital de la operadora, como son: venta de activos, dividendos, intereses y otras operaciones financieras. La enumeración contenida en la LOT, de aquellos ingresos que no formarán parte de la base imponible, es meramente enunciativa.

Asimismo, la LOT excluye de los ingresos brutos de las operadoras de telecomunicaciones, las cantidades pagadas por concepto de interconexión. Esto es, las cantidades que recíprocamente se adeudan las prestadoras del servicio como consecuencia esta interconexión realizada a fin de que los usuarios de las distintas operadoras del servicio puedan comunicarse. Como consecuencia de la interconexión, las operadoras del servicio de telecomunicaciones reciben de los usuarios determinadas cantidades. Las cantidades percibidas por este concepto no podrían calificarse como un ingreso propio del operador, por cuanto éste se en-

cuentra obligado a pagarlas a la operadora por cuya red transitó parte de la comunicación realizada. De allí que tales cantidades no formen parte de los ingresos brutos generados por las operadoras de telecomunicaciones. En igual sentido, las cantidades pagadas por este concepto por las operadoras del servicio telecomunicaciones no podrían calificarse como un gasto, en la medida en que solo impliquen la restitución de una cantidad percibida por cuenta de otra operadora del servicio de telecomunicaciones.

Igualmente, quedan excluidos de la base imponible de este impuesto, las cantidades pecuniarias recibidas a título de reembolso de gastos efectuados por cuenta de otro, por no constituir ingresos propios, sino el reconocimiento de la erogación realizada a los fines de cumplir una actividad encomendada previamente, también los ingresos brutos provenientes de la venta de producciones artísticas, tales como novelas, radionovelas y documentales, en el caso de la radiodifusión sonora y televisión abierta.

Por otra parte, de conformidad con la regulación legal, basta que los ingresos brutos se causen, por practicarse el corte de cuenta de los usuarios o contratantes del servicio para que éstos se consideren generados y, en consecuencia, nacida la obligación de efectuar el pago de los tributos que se calculan sobre dichos ingresos brutos. Al respecto, es preciso señalar que la base imponible del impuesto de telecomunicaciones, debe responder a las cantidades efectivamente producidas y percibidas por el contribuyente, lo cual es el resultado de las operaciones de determinación, reconocimiento y sustracción de aquellos montos que representen, entre otras, lo perdido, devuelto o descontado dentro del período impositivo de que se trate. Entonces, los montos causados por las operadoras al momento de la facturación, si bien constituyen una presunción de que formarán parte del ingreso bruto efectivo, tal presunción es susceptible de destruirse en aquellos supuestos en los cuales el ingreso efectivo no llega a materializarse, caso en el cual procedería el reintegro de las cantidades pagadas indebidamente o el ajuste de la base imponible de períodos posteriores.

DESARROLLO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA

a) Telecomunicaciones Latinas

El predominio del sector privado es un rasgo común de las telecomunicaciones en casi toda América Latina, desde que Chile inició a finales de los ochenta la lista de países que vendieron sus empresas estatales. Desde entonces, más de 40.000 millones de dólares han entrado a las arcas de los estados por estas ventas. Latinoamérica es la región donde más se han abierto las telecomunicaciones a la inversión privada: un cuarto de las 89 privatizaciones en todo el mundo hasta finales de 1999 se llevó a cabo en América Latina. La razón inicial de las privatizaciones (no sólo de las empresas de telecomunicaciones) fue la urgencia de vender empresas quebradas que sobrevivían gracias a inyecciones de recursos fiscales. La crisis económica de los años ochenta mantuvo en vilo a los gobiernos latinoamericanos; de allí que las privatizaciones sirvieran de cámaras de oxígeno. Otra razón fue la necesidad de superar muchas deficiencias del sector de telecomunicaciones: infraestructura obsoleta, pésimo servicio, poca cobertura, falta de inversión, politización de las empresas y escasa respuesta a las demandas de una economía dispuesta a crecer. El interés de los gobiernos en superar estas deficiencias facilitó la colaboración con las empresas privatizadas. La colaboración produjo beneficios, sobre todo al principio; pero también efectos negativos, como la excesiva injerencia de las nuevas empresas privadas (la mayoría monopolios por herencia) en las instituciones reguladores. Los esfuerzos para ampliar la cobertura, tanto en telefonía fija como en celular, han encontrado muchas barreras socioeconómicas que impiden el acceso de los latinoamericanos a servicios de telecomunicaciones: baja escolaridad, pobreza y escasos vínculos con la economía formal, entre otras. Pero lo contrario también es cierto: ofrecer a los

pobres servicios de telecomunicaciones es un instrumento para superar la pobreza, en la medida en que facilita el acceso a fuentes de información, educación a distancia y comercio electrónico y tradicional.

Latinoamérica es uno de los mercados de telefonía celular de más rápido crecimiento en el mundo. De cien mil suscriptores en 1990 se pasó a casi 40 millones. Uno de cada cuatro usuarios de teléfonos fijos posee un celular y, en algunos países, uno de cada dos. Más de sesenta compañías de telefonía móvil se han establecido en América Latina desde 1990, las cuales han aportado a los gobiernos más de 10.000 millones de dólares por concepto de licencias de operación. Esta expansión fue notoria desde 1996, cuando se introdujeron innovaciones en el servicio, como "la parte que llama paga" (CPP, por sus siglas en inglés) y el prepago. En Venezuela, por ejemplo, los suscriptores por prepago casi se cuadruplicaron en 1999 y pasaron a ser 80 por ciento de los suscriptores de telefonía celular, mientras que el número de suscriptores por contrato se redujo 15 por ciento.

La competencia entre empresas operadoras parece ser la principal causa de este auge. En las economías pequeñas (como las islas del Caribe, donde hay un solo operador privado) los índices de penetración de telefonía celular son bajos en relación con su riqueza. Al contrario, en algunos países donde sí existe competencia, el crecimiento del número de suscriptores ha sido explosivo, hasta el punto de que Paraguay y Venezuela son dos de la docena de países del mundo donde el número de suscriptores de teléfonos celulares supera el de suscriptores de telefonía fija.

b) La Apertura en Venezuela. Rasgos Generales.

Las telecomunicaciones en Venezuela han pasado casi inmunes la recesión económica de los últimos años. La participación del sector en el PIB ha crecido más de cuatro veces entre 1990 y 1999; en comparación, la participación de las telecomunicaciones en el PIB de Estados Unidos aumentó 60 por ciento durante el

mismo lapso. El dinamismo del sector, que arrancó con la privatización de CANTV en 1991, no ha hecho sino intensificarse. Desde que fue privatizada, CANTV ha invertido 4.000 millones de dólares para aumentar la cobertura, digitalizar su red y, de paso, ganar posiciones que le permitieran competir con ventajas una vez que las telecomunicaciones se abrieran a la competencia. Además, la telefonía celular ha tenido en Venezuela un campo de cultivo como pocos en el mundo.

Las tecnologías inalámbricas facilitarán la competencia para los nuevos proveedores de telefonía. Las nuevas empresas de telefonía no necesitarán instalar extensas y costosas redes de cables. En su lugar, la conexión entre el suscriptor y la central (la "última milla") será inalámbrica. Así, se prestará el mismo servicio de telefonía básica que se conoce actualmente pero sin cable, con el valor agregado de que la transmisión incluirá sonidos, imágenes y datos; de esta manera, se proveerá conexión inalámbrica a Internet. Antes de las licitaciones de cinco licencias de WLL (tecnología inalámbrica de lazo local), que CONATEL abrió en noviembre de 2000, sólo Génesis Telecom (filial de Bell Canadá) ofrecía servicio LMDS (sistemas de distribución local multipunto, que permite transmisiones inalámbricas en banda ancha). Las tecnologías inalámbricas ayudarán a masificar Internet, dado que las líneas telefónicas ya no son suficientes para transmitir grandes cantidades de información, excepto las casi 15.000 líneas que CANTV ha acondicionado para proveer servicios de banda ancha. (ADSL).

El negocio de las telecomunicaciones presenta en Venezuela un panorama mucho más variado que el de hace una década; es de esperar que con la apertura la variedad sea aun mayor. Hasta ahora 90 por ciento del negocio de las telecomunicaciones corresponde a CANTV, Telcel (actualmente Movistar) y Movilnet. Multitud de empresas ofrecen o están a punto de ofrecer servicios de telefonía local, rural, pública, celular, nacional e internacional; radiomensajes, *trunking*, transmisión de datos, televisión por cable, servicios de satélite (para telefonía remota o televisión por suscripción) e Internet. Al parecer, las únicas empresas que estaban vedadas, al acceso al mercado nacional eran AT&T y

Telefónica de España por que poseen participación accionaria en CANTV, y no podían operar directamente hasta 2002.

La creación del Fondo de Servicio Universal, un gran "pote" constituido por el 1 por ciento de los ingresos brutos de los operadores, permitirá ofrecer servicios a las zonas de difícil acceso y poco rentables, y a los estratos sociales a los que la libre competencia no beneficia en forma directa o en el corto plazo. La idea es que las telecomunicaciones son un servicio fundamental del que nadie debe ser excluido. La masificación del uso de las computadoras y de Internet está vinculada con esta política: el Ministerio de Ciencia y Tecnología aspira a inaugurar, en el corto plazo, 240 Infocentros en todo el país.

La competencia ha variado también la oferta de servicios y los planes de tarifas. La introducción del prepago es responsable del explosivo crecimiento de la telefonía celular (85 por ciento de los clientes de Movilnet, por ejemplo, corresponden a prepago y los directivos de Telcel (actualmente Movistar) aseguran que todos sus suscriptores utilizarán esta modalidad en el corto plazo). La introducción de tarifas planas en telefonía básica e Internet, y el cobro por segundos en la telefonía celular son anticipos de la competencia que viene para prestar mejor servicio al menor precio. Es de esperar que el suscriptor tendrá gradualmente mayor libertad para escoger su proveedor de telecomunicaciones.

Algunos índices reflejan que el negocio de las telecomunicaciones es en gran parte virgen. El número de líneas de telefonía básica por cien habitantes en Venezuela (12) es bastante inferior al de los países desarrollados (60 o más). El contrato de privatización de CANTV de 1991 dispuso que en el año 2000 hubiera 4,4 millones de líneas telefónicas instaladas, pero en la actualidad hay 3,6 millones. La televisión por cable abarca sólo 12 por ciento de los 4,5 millones de televisores de Venezuela. Además, se calcula que hay 700.000 usuarios de Internet, una cifra bastante baja comparada incluso con otros países de América Latina. El auge de los celulares parece tener aún mucho que dar: los primeros cálculos que preveían 100.000 suscriptores en el año 2000 fueron más que

superados por los casi 5 millones de la actualidad. La posibilidad de obtener un teléfono celular en días parece explicar la "fiebre" por los celulares, más que el socorrido argumento acerca de la vanidad de los venezolanos. Además, en zonas que no poseen redes de cables (como muchos barrios), el celular es el sustituto del teléfono convencional y, ahora, la telefonía fija inalámbrica será seguramente una opción muy apetecida. La competencia en el mercado de telefonía celular se intensificará: Cisneros es ahora el mayor accionista de Digitel, con planes de conectarla a las otras dos operadoras regionales de telefonía rural inalámbrica, Infonet y Digicel (la antigua Elca), y operar como una compañía de telefonía celular nacional.

MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo se llevará a cabo mediante investigación documental, con el propósito de profundizar y ampliar el conocimiento de fusión y adquisición de una organización de telecomunicaciones, con apoyo principalmente de las leyes que lo regulan, literatura especializada, trabajos previos, información que se pueda conseguir en los medios impresos y/o electrónicos.

Con el fin de establecer criterios, conclusiones y recomendaciones que puedan ayudar a los lectores del trabajo a entender que es una fusión y adquisición de empresa de telecomunicaciones.

El marco metodológico se desarrolla para encausar los instrumentos, técnicas y métodos que se emplean en la investigación planteada, desde la ubicación acerca del tipo de estudio y el diseño de investigación, su universo o población, su muestra, técnicas de recolección de datos, codificación y análisis y presentación de los datos, dando de esta manera al lector una información detallada acerca de cómo se realiza la investigación.

De acuerdo con las características y propósitos del estudio, se estima que se corresponda con el tipo de Investigación de Campo de Carácter Descriptivo (Upel, 1998).

Asimismo, Se considera de campo por cuanto se aborda una problemática de carácter externo, la cual exige la búsqueda de información en lugares exteriores.

Igualmente, es un estudio de carácter Descriptivo (Investigación descriptiva), puesto que este tipo de estudios busca medir una serie de características de un determinado fenómeno que se investiga, en este caso, se puede observar *el* Diseño de Investigación, entendido como el plan global en el contexto del estudio propuesto, que permite orientar desde el punto de vista técnico, y guiar todo el proceso de investigación, desde la recolección de los primeros datos, hasta el análisis e interpretación de los mismos en los objetivos definidos. (Balestrini, 1998).

Se considera que se corresponde con un estudio No Experimental, puesto que no se manipulan las variables, solo se analizan o miden los fenómenos que se dan en el contexto analizado.

Adicionalmente, es Transeccional o Transversal por recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández - Sampieri, 1998).

La teoría es de vital utilidad porque describe, explica y predice el fenómeno o hecho al que se refiere, además de que organiza el conocimiento al respecto y orienta la investigación que se lleve a cabo.

Capítulo IV

**ANÁLISIS DE LA FUSIÓN Y ADQUISICIÓN DE
TELCEL BELLSOUTH POR PARTE DE
TELEFÓNICA MOVILES**

Todo proceso de fusión o de adquisición, requiere de la construcción de una estrategia inicial, por parte de los interesados. En la presente sección, basado en los principios del citado autor Juan Mascareñas, se analizaron los textos, conceptos y normativas para realizar el siguiente análisis.

Eje de la Estrategia:

Clientes: La fuerza de un lenguaje común

Servicios

Geografías:

- Aumento de la penetración, Expansión geográfica
- Maximizar el flujo de caja de los negocios tradicionales
- Aprovechamiento de las oportunidades en el sector de forma selectiva

Finanzas:

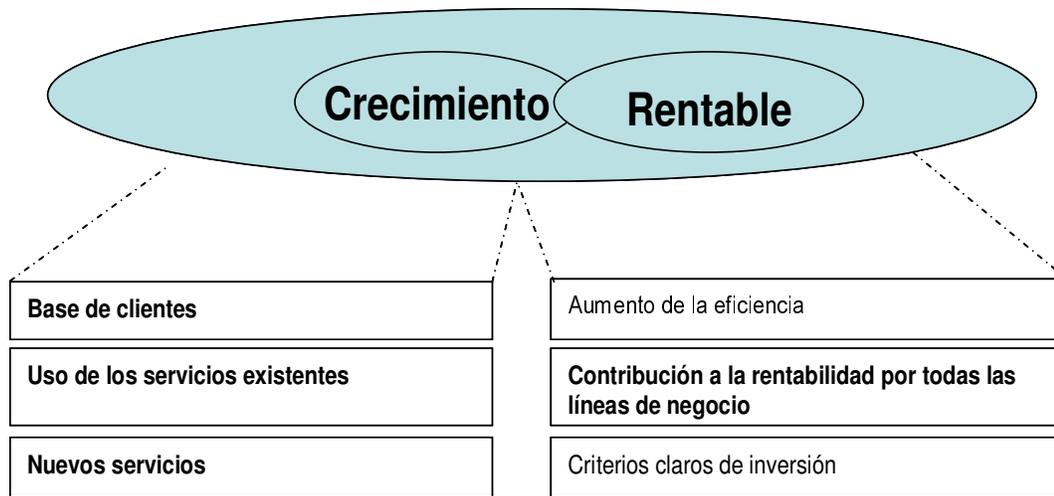


Grafico N°1: Eje de la Estrategia.

En Venezuela, Telefónica Móviles cerró la compra de Telcel Bellsouth el 28 de octubre de 2004 por 1.195 millones de dólares.

La adquisición de Telcel BellSouth se produce al mismo tiempo que las compras de las operadoras de telefonía móvil de BellSouth en Colombia, Perú, Nicaragua y Uruguay. La adquisición de las cinco operadoras se realizó por un valor de empresa total de 2.665 millones de dólares.

Estas adquisiciones se enmarco en el acuerdo que alcanzó el Grupo Telefónica y BellSouth el 8 de marzo de 2004, por el que Telefónica Móviles adquirió todos los activos de telefonía móvil de BellSouth en Latinoamérica, que al cierre del primer semestre 2004 sumaban unos 12,5 millones de clientes en diez países. La operación supone valorar el 100% de estas diez compañías (firm value) en 5.850 millones de dólares.

Las acciones de Telefónica Móviles cotizan en las bolsas españolas y el New York Stock Exchange bajo el símbolo TEM.

Telefónica es una empresa totalmente privada. Cuenta con casi 1,7 millones de accionistas directos. Su capital social está dividido en la actualidad en 4.955.891.361 acciones ordinarias que cotizan en el mercado continuo de las bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) y en las bolsas de Londres, París, Frankfurt, Tokio, Nueva York, Lima, Buenos Aires, São Paulo y SEAQ Internacional de la Bolsa de Londres.

El precio de compra se basó en el valor empresarial total de \$5.85 mil millones de las 10 compañías latinoamericanas. BellSouth recibió aproximadamente, después de impuestos, ingresos en efectivo por \$4.2 mil millones y redujo su deuda consolidada en \$1.5 mil millones. BellSouth y sus socios operan 10 compañías de servicios inalámbricos en Latinoamérica (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela). Telefónica cuenta con operaciones en siete países latinoamericanos (Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, El Salvador y Guatemala). Con esta adquisición, Telefónica sumará seis países más a su red de cobertura y 10.5 millones de clientes nuevos a su portafolio.

Para BellSouth la venta de sus operaciones en Latinoamérica le permitió reforzar el negocio del mercado nacional de Estados Unidos. Esta transacción le mejoró la flexibilidad a oportunidades de crecimiento.

La transacción estuvo sujeta al *due diligence*, aprobaciones gubernamentales y a otras condiciones de cierre. BellSouth registró una ganancia por la transacción sobre la base del valor en libros al cierre. Tomando como base el valor en libros actual, la ganancia después de impuestos de aproximadamente \$1.9 mil millones.

Tras la adquisición del 100% de las acciones del Grupo Bellsouth en las operadoras de telefonía móvil de Bellsouth en Ecuador, Colombia, Guatemala, Panamá, Nicaragua, Perú, Uruguay y Venezuela, estas compañías se han

incorporado al perímetro de consolidación del Grupo desde noviembre de 2004 por el método de integración global.

Vease anexos: Reconciliaciones de Flujo de caja primer semestre 2005 (Miles de Euros) - Desglose de Clientes por Países 2004-2005.

Encuentro de Telefónica con CONATEL ente regulador para la probación de la adquisición de Telcel.

El 23 de marzo de 2004 el Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, Ing. Alvin Lezama, sostuvo un encuentro con una representación de la Junta Directiva de la Telefónica Móviles de España, encabezada por Luis Miguel Gilpérez López, Director Ejecutivo del Área Internacional y Fernando Herrera Santa María, Director General de Estrategia y Comunicación; durante el encuentro se dispuso que la mencionada corporación mundial enviará una carta de notificación a CONATEL para informar sus intenciones de adquirir las acciones de Bellsouth en La Republica Bolivariana de Venezuela y, por ende, tomar posesión del control operativo de la operadora Telcel C.A.

Una vez que llegue la notificación al ente regulador, y escuchadas las recomendaciones de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (Procompetencia) CONATEL enviará una respuesta en el lapso más breve posible a Telefónica Móviles, de conformidad a lo establecido en el artículo 195 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, LOTEL.

El artículo 195 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones señala que ante la suscripción de un acuerdo de fusión entre empresas operadoras de telecomunicaciones, la adquisición total o parcial de estas empresas por otras empresas...los interesados remitirán a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones copia de los documentos correspondientes dentro de los diez días siguientes a la realización de la operación; en este caso la notificación se realizó antes por cuanto Telefónica Móviles S.A. había comenzado la evaluación de la operadora en Venezuela y en el resto de América Latina para así adecuarse a la normativa vigente de cada país...".

Para el 07 de septiembre de 2004 la operadora española Telefónica obtuvo la autorización por parte del ente que regula la libertad comercial en Venezuela, para asumir el control de Telcel, tras la compra del **78%** de las acciones a la norteamericana BellSouth, quien se despojó de sus activos en Latinoamérica.

ProCompetencia determinó que el **6,9%** de las acciones que posee Telefónica en CANTV, el mayor competidor de Telcel a través de su filial Movilnet, no constituye una amenaza para la libre competencia.

Según el artículo 195 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, el ente regulador debe ser notificado de la acción mercantil que pretende realizar Telefónica, para evitar que se produzcan distorsiones en el mercado.

No obstante, la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (ProCompetencia) consideró que la inversión de Telefónica dinamizará el mercado de telefonía móvil, lo cual favorecerá a los usuarios.

Luego de analizar la operación de compra-venta entre BellSouth Corporation y Telefónica Móviles, ProCompetencia determinó que con dicha negociación no se produce un aumento de la concentración de los mercados de telefonía móvil, tampoco se facilita la realización de conductas, prácticas, acuerdos y convenios que impidan, restrinjan o falseen la libre competencia.

El 12 de julio de 2004, a solicitud de Conatel, Pro-Competencia procedió a revisar la negociación y la evolución histórica de la participación accionaria de Telefónica en CANTV, a fin de considerar la posibilidad de que la primera pudiese controlar directa o indirectamente a la segunda.

Adicionalmente, se sugirieron reuniones periódicas entre Conatel y ProCompetencia con el fin de evitar conductas monopólicas.

Telefónica Móviles, pagó unos 1.000 millones de dólares por el control accionario de Telcel, como parte de la compra de los activos en Latinoamérica de la estadounidense BellSouth por unos 5.850 millones de dólares.

Telcel lidera el mercado de telefonía móvil en Venezuela con más de 3,2 millones de suscriptores y, según cifras de Conatel, el mercado de telefonía móvil alcanzó 7.514.497 millones de usuarios, al cierre del primer semestre 2004, lo que representa una penetración de 29%.

Telefónica Móviles al asumir el control de Telcel, utilizó la marca Movistar, que es la que utilizaba en España y Puerto Rico, y es su marca para toda la región. Incluso, la operadora española registró el dominio www.movistar.com.ve

Adquisición del 100% de las acciones de Telcel.

Telefónica adquiere el 100% de Telcel, gracias al fallo judicial que ha resuelto el arbitraje entre BellSouth y su socio Oswaldo Cisneros, quienes estaban enfrentados en torno al valor del 21,8% de las acciones propiedad de Cisneros. En el año 2003 el grupo Cisneros había intentado vender a BellSouth sus acciones, pero la estadounidense se negaba reconocer el precio que le pedía.

El caso llegó a un tribunal de arbitraje, que dictaminó a favor de Cisneros, por lo que BellSouth está obligada a comprar. Lo hará por partes, primero un 11,1% y después el 10,7% restante.

Queda el nombre registrado por Telefónica Móviles en Venezuela de la siguiente manera: Razón Social: Telcel Venezuela; Marca Comercial: Movistar.

Según el análisis realizado, se considera una burbuja, caso: acciones de Telcel pertenecientes al Empresario Oswaldo Cisneros

El verdadero revés para BellSouth no está tanto en la obligación de comprar, sino en el precio que se ha fijado. Todavía no hay valoración para el 10,7%, pero sí para el 11,1%. Los árbitros consideran que Cisneros tiene derecho a vender al precio de la primavera de 2000, es decir, cuando la burbuja tecnológica estaba en su máximo apogeo, por lo que se estima que esta porción de las acciones vale 403 millones de dólares. Además, BellSouth tendrá que hacer frente a otro pago de 25 millones de dólares por la violación de acuerdos entre ambas partes, según un documento oficial registrado ante la SEC -la Comisión de la Bolsa de EE UU-.

En total, BellSouth pagará a Cisneros 428 millones de dólares para hacerse con un 11,1% adicional de Telcel, lo que se convierte en un negocio ruinoso si se compara con lo que va a recibir de Telefónica por este mismo paquete.

La operadora estadounidense ha reconocido que la española no pagará más de 150 millones de dólares por ese porcentaje adicional, puesto que el precio está cerrado y no condicionado al arbitraje. La conclusión es clara; BellSouth sale perdiendo y la minusvalía ascenderá a 165 millones de dólares, según la compañía, que la cargará contra los resultados del tercer trimestre.

Se considera que el revés judicial de BellSouth es un aliento para Telefónica Móviles, por lo que la venta de Telcel podrá acelerarse, ahora sin la incertidumbre de tener a Cisneros como socio minoritario, ya que los árbitros pudieron haber determinado su derecho a no vender y quedarse en la sociedad. También es muy relevante el precio de salida de Cisneros, tres veces superior al que pagará Telefónica Móviles a BellSouth, lo que pone de manifiesto la buena tasación a la que ha comprado.

Se considera La joya de la Corona.

El arbitraje entre el grupo Cisneros y Bellsouth ha servido para precisar cuál es la valoración de la filial venezolana, Telcel, en el acuerdo con Telefónica Móviles. Según se deduce de las cifras, son 1.300 millones de dólares, lo que convierte esta adquisición en la mayor de las diez operadoras latinoamericanas de Bellsouth.

La tasación de las diez filiales ha generado disparidad de opiniones entre los analistas. Unos la han considerado muy ajustada, mientras otros hablan de sobreprecio. La sentencia del tribunal de arbitraje ha venido de forma indirecta a validar el precio acordado. Los jueces han dictaminado que el 100% de Telcel vale entre 3.630 y 3.860 millones de dólares, según se contabilice o no la penalización adicional. Frente a esta tasación, Telefónica Móviles pagará 1.300 millones.

Ventajas y desventajas de una fusión y adquisición: el presente cuadro resume las ventajas y desventajas de una fusión y adquisición.

Ventajas	Desventajas
Mejora la calidad del servicio	Bajan los Pasivos laborales (Despidos masivos)
Bajan los costos de transformación	Dependiendo como esta la economía del país la adquisición será una buena estrategia
Solidez y prestigio en el mercado	Posible pánico y confusión en el publico
Bajan los costos de operación y producción	
Competitividad en el mercado de telecomunicaciones	

CONCLUSIONES

La Telefónica Móviles, es una empresa que tramita los activos de telefonía móvil del Grupo Telefónica, la cual adquirió el 100% de Telcel BellSouth, cuando recibió las permisiones pertinentes de las autoridades Venezuela.

Se convirtió en el líder del mercado venezolano, con 3,9 millones de clientes a cierre de los tres primeros trimestres de 2004; y se consolidó como la mayor empresa de telefonía móvil de Latinoamérica.

Esta adquisición no representó para sus clientes ningún cambio con respecto a sus terminales, sus contratos o sus números de teléfono. Sólo varió que la compañía que le daba servicio de telefonía móvil pasa a ser Telefónica Móviles, la segunda mayor compañía multinacional de telefonía móvil del mundo y mayor grupo del sector de habla hispana y portuguesa.

La actividad de Telefónica Móviles se centra fundamentalmente en los negocios de telefonía fija y telefonía móvil, con la banda ancha como herramienta clave para el desarrollo de ambos negocios. Su presencia es significativa en 16 países, si bien realiza operaciones en aproximadamente 40 naciones. Tiene una fuerte presencia en Latinoamérica, donde es el primer inversor privado y actúa en ocho países con una clara estrategia de crecimiento. La base de clientes del Grupo Telefónica en el mundo supera los 100 millones de clientes.

La misma aumento un 55,5% número de clientes, un 50% en sus ingresos y un 4,5% de su beneficio neto en tan solo el segundo trimestre de 2005.

Los ingresos de las operadoras latinoamericanas aumentaron un 150% en los seis primeros meses del año 2005, al sumar 3.474 millones de euros, y para entonces representaban el 45% de los ingresos del Grupo.

El crecimiento mundial de las telecomunicaciones es notable por las innovaciones tecnológicas, por la magnitud de las inversiones y por la audacia estratégica de las empresas que se multiplican o fusionan para competir en un mundo cada vez más integrado. Las sociedades contemporáneas requieren, casi con desesperación, mecanismos eficientes de comunicación para los fines más diversos: negocios, relaciones amorosas o amistosas, asociaciones políticas, protestas, expresiones artísticas; en fin, prácticamente cualquier cosa.

Si las telecomunicaciones influyen sobre el mundo desarrollado, el impacto se siente con mayor dramatismo en el mundo no desarrollado, donde las carencias en materia de telecomunicaciones son tan notorias que los avances se hacen sentir con gran fuerza, por muy modestos que sean.

El rasgo más significativo de la apertura de las telecomunicaciones, consagrada en la nueva ley, es que responde a una política cuyo eje central es la creación de un mercado en el cual las empresas diferentes competirán y ofrecerán mejores servicios a los usuarios.

El país espera que no se produzca una cartelización que inhiba la competencia y frustré las esperanzas de los consumidores. A la sociedad venezolana le ha tocado sufrir, con demasiada frecuencia, lo peor de las políticas "socializantes" y de deficiencias, arbitrariedades, altos precios, malos servicios, cartelización de los procesos, ausencia de dinamismo innovador, entre otros efectos. En el campo de las telecomunicaciones hemos comenzado a ver alguna luz.

Todos los días se afirma que Venezuela debe fortalecerse como país democrático. Quienes están convencidos de ello creen también que en el mundo actual difícilmente puede haber democracia sin sistemas de telecomunicaciones que hagan posible la apertura hacia dentro y hacia afuera, es decir, hacia los ciudadanos. Si la expansión de los sistemas de telecomunicaciones conduce a una mayor concentración del poder, los ciudadanos tendremos que revisar en tiempo

relativamente breve la bondad de las políticas que hoy apoyamos con grandes expectativas. No olvidemos que toda política, como cualquier creación humana, contiene inevitablemente imperfecciones que deben identificarse a tiempo para su oportuna corrección. Es indispensable tener claras las expectativas, desde ahora, para hacerle seguimiento a lo que ha de ocurrir con las telecomunicaciones en nuestro país y exigir los cambios necesarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias Bibliograficas:

1. Armas, Virgilio. Telecomunicaciones: Negocio Millonario y clave del desarrollo. Debates IESA. Volumen VI, N^o2. Octubre - Diciembre de 2000
2. Brealey, Richard y Otros. Principios de Direccion Financiera. Mcgraw Hill. Madrid. 1996.
3. Comunícate y Existirás. Agregados cotidianos. Dinero. Noviembre 1999 - Enero 2000 N^o139.
4. Córdova, Armando. Globalización, Riesgos y Oportunidades para Venezuela. Editorial ANCE. 1era. Edición. Caracas. 1999
5. Cortiñas, J. Informe Especial. Los precios bajarán, lo que no se sabe es cuándo Dinero. Marzo 2001. N^o154
6. Diccionario Espasa - Arthur Andersen .Economía y Negocios..Editorial: Espasa Calpe, S.A. 1997
7. Esqueda, Paul. Apertura de las telecomunicaciones: ¿Un proceso diseñado cuidadosamente o una afortunada secuencia de acontecimientos?. Debates IESA. Volumen VI, N^o2. Octubre - Diciembre de 2000.
8. Francés, Antonio. La nueva Ley de Telecomunicaciones: Sus implicaciones para la apertura. Debates IESA. Volumen VI, N^o2. Octubre - Diciembre de 2000.
9. Kosacoff, Bernardo y Otros. Globalizar desde Latinoamérica, El caso Arcor. Editorial: Mc Graw Hill Interamericana . Buenos Aires. 2001
10. Informe Especial. Negocios para todos los tamaños. Dinero. Agosto 2000. N^o147
11. Informe Especial. ¿Telecomunicaciones? Todo lo que quiera.. Dinero. Agosto 2000 N^o147
12. Mascareñas P, Juan. Fusiones y adquisiciones de Empresas. Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición. Madrid. 2000.
13. Hernández. B, Belkis. Telefonía Celular en Venezuela: como relojes, cinturones o zapatos. Inversiones Venezuela. N^o211 febrero de 2001.
14. Piñango, Ramón. Otra oportunidad con las telecomunicaciones. Debates IESA. Volumen VI, N^o2. Octubre – Diciembre de 2000.

15. Párraga, M. J.I. Cortiñas. Apertura en Línea. Dinero. Marzo de 2001 N°154
16. Raul Bior Castillo. Reglas de juegos para los informes y trabajos de grado. Instituto de Teología para religiosos, Instituto Universitario Salesiano Padre Ojeda, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 2001
17. Rosen, Robert, y Otros. Éxito Global y Estrategia Local. Editorial: Vergara. Barcelona. 2001
18. Revista Dinero. ¿Qué me espera en el 2001? Sector tecnología: condenados al éxito.. Noviembre 2000. N° 148
19. Revista Dinero Telecomunicaciones: Lo que traerá el Milenio.. Agosto-Septiembre 1999. N°135
20. Revista Producto. N° 257. Edición Mayo de 2005.
21. Sánchez, S. González. Telecomunicaciones e impuestos. Dinero. Marzo de 2001 N°154
22. Santandreu, E y Otros. Manual de Finanzas. Gestión 2000. Barcelona. 2000. Pp. 271
23. Silva A, Fabiola. Informe Especial Telecomunicaciones: la apertura llega a su casa. Dinero. Agosto 2000. N° 147
24. Silva A, Fabiola.. Aló...¿Quién me conecta?. Dinero. Febrero 2001. N°153
25. Soros, George. Globalización. Editorial Planeta. Primera Edición. Barcelona. 2002
26. Universidad Pedagógico Experimental Libertador. Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. 2005

Fuentes Electrónicas:

1. Lineamientos que dirigirán el proceso de apertura de la telefonía básica en Venezuela (versión Definitiva). (2006, julio 12) [Página Web en línea] Disponible: <http://badellgrau.com>. [Consulta: 2006, julio 12]
2. CANTV. (2006, julio 13) [Página Web en línea] Disponible: <http://www.cantv.com.ve/seccion.asp?pid=1&sid=158> [Consulta: 2006, julio 12]
3. CONATEL. (2006, julio 13). [Página Web en línea] Disponible: <http://www.conatel.gov.ve/ns/index.htm> [Consulta: 2006, julio 13]

4. Dinero. (2006, enero 18). [Página Web en línea] Disponible: <http://www.dinero.com.ve> [Consulta: 2006, enero 18]
5. Digitel. (2006, enero 17) [Página Web en línea] Disponible: <http://www.digitel.com.ve> [Consulta: 2006, enero 17]
6. Globovisión. Ley orgánica de las Telecomunicaciones (2006, febrero 21) [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.globovisión.com> . [Consulta: 2006, febrero 21]
7. Innovarium. Carlos E. Guzmán Cárdenas. Competitividad y tendencias en el mercado de las telecomunicaciones en Venezuela (2006, febrero 21) [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.innovarium.com>. [Consulta: 2006, febrero 21].
8. Innovarium. Innovatec Research Report Telecom. Informe de políticas públicas en el sector de telecomunicaciones. (2006, febrero 21) [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.innovarium.com>. [Consulta: 2006, febrero 21].
9. Red. Telco. (2006, febrero 20). [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.lared.com.ve/archivo/telco78-9.html> [Consulta: 2006, febrero 20]
10. Movistar. (2006, mayo 15). [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.movistar.com> [Consulta: 2006, Mayo 15]
11. Movilnet. (2006, mayo 15). [Página Web en línea]. Disponible <http://www.movilnet.com> [Consulta: 2006, Mayo 15]
12. Telefónica Móviles . Informe I Semestre 2005. (2006, febrero 16). [Página Web en línea] Disponible: <http://www.telefonicomoviles.com> [Consulta: 2006, Diciembre 15]
13. Telefónica Móviles. Razón Social. (2006, febrero 16). [Página Web en línea] Disponible: http://www.telefonicomoviles.com/esp/en_el_mundo/venezuela.html [Consulta 2006, febrero 16]
14. Universidad Central de Venezuela. Telefónica Móviles Cierra la adquisición de Telcel Bellsouth (2006, febrero 20). [Página Web en línea]. Disponible: http://www.ucv.ve/horadigital/noticias/economia/telcel_venta.html [Consulta: 2006, Febrero 20]

Notas Bibliograficas:

1. Brealey, Richard y Otros. Principios de Direccion Financiera. Mcgraw Hill. Madrid. 1996. Pp.629 – 630
2. Diccionario Espasa - Arthur Andersen .Economía y Negocios..Editorial: Espasa Calpe, S.A. 1997
3. Mascareñas P, Juan. Fusiones y adquisiciones de Empresas. Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición. Madrid. 2000. Pp. 63 – 156
4. Santandreu, E y Otros. Manual de Finanzas. Gestión 2000. Barcelona. 2000. Pp. 271. Pp. 283

ANEXOS

(A continuación se presenta anexos de interés)

Grupo Telefonica Móviles

Reconciliaciones del Flujo de caja con OIBDA menos Capex

Cifras no auditadas (Millones de Euros)

	Enero - Junio
	2005
OIBDA	2578,8
- CAPEX devengado en el período (tipo de cambio final)	-807,9
- Pago de intereses financieros netos	-221,9
- Pago de impuesto sobre Sociedades	-496,7
- Resultado por enajenación de inmovilizado	-1,2
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	-94,8
- otros	-87,9
= Flujo de caja operativo retenido	868,4
- Pagos netos por inversión financiera	-956,6
- Pagos netos por dividendos	-811,4
= Flujo de caja libre despues de dividendos	-899,6

Fuente: Balance Consolidado 1 semestre 2005 Grupo Telefonica Móviles

Grupo Telefonica Moviles

Desglose de clientes por Países

Cifras no auditadas

	Junio	
	2.005	2.004
	Clientes (miles)	Clientes (miles)
España	19.351,5	15.635,5
Marruecos	3.439,6	2.145,5
Brasil	25.446,0	23.514,1
Región Norte	5.293,9	4.611,1
Mexico	5.847,4	4.060,2
Guatemala	904,0	237,7
El Salvador	462,1	293,2
Panamá	751,2	-
Nicaragua	329,2	-
Región Andina	14.670,0	1.795,5
Venezuela	5.197,4	-
Colombia	4.756,5	-
Perú	3.058,5	1.795,5
Ecuador	1.657,6	-
Cono Sur	12.267,2	4.927,5
Argentina	6.731,4	2.189,2
Chile	5.257,2	2.738,6
Uruguay	278,6	-

Fuente: Balance Consolidado 1 semestre 2005 Grupo Telefónica Móviles