



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN ECONOMÍA EMPRESARIAL

Regulación Económica y la Mensajería de Texto en Venezuela

Trabajo Especial presentado para optar al Título de
Especialista en Economía Empresarial

Autor: Econ. Atilio David Alfaro Casique
C.I.: 17.080.854

Asesor: Econ. Gustavo Matos
C.I.: 13.288.155

Caracas, Enero de 2011

AGRADECIMIENTO

Muchas "**GRACIAS**" a todas aquellas personas (mi familia, amigos y colegas) que a lo largo del camino, han sido un apoyo, guía y ejemplo, así como aquellos que durante los éstos 3 años han sido un pilar fundamental en mi vida, contribuyendo en mi desarrollo personal y profesional, impulsándome a seguir luchando por ser cada día mejor.

Por todo eso, **GRACIAS**, LOS AMO...

Atilio David Alfaro Casique

Caracas, Enero de 2011

Profesor:

Gonzalo Bello

Director de la Especialización en

Economía Empresarial

Universidad Católica Andrés Bello

Presente.-

Me dirijo a usted en la oportunidad de solicitar la designación del profesor **Econ. Gustavo Matos C.I.: 13.288.155** en calidad de tutor del Proyecto de Trabajo Especial "**Regulación Económica y La Mensajería de Texto en Venezuela**", presentado para optar al título de Especialista en Economía Empresarial.

En anexo, remito El Trabajo Especial de Grado. Solicito la correspondiente revisión por parte suya y del Comité Académico y su posterior envío a la Comisión de Estudios de Postgrado.

Sin otro particular, se despide,

Atentamente,

Econ. Atilio David Alfaro Casique

C.I.: 17.080.854

Caracas, Enero de 2011

Profesor:

Gonzalo Bello

Director de la Especialización en

Economía Empresarial

Universidad Católica Andrés Bello

Presente.-

Me dirijo a usted en la oportunidad de informarle que el **Econ. Atilio David Alfaro Casique C.I.: 17.080.854** ha concluido el Trabajo Especial de Grado titulado **“Regulación Económica y La Mensajería de Texto en Venezuela”**, presentado para optar al título de **Especialista en Economía Empresarial**.

Asimismo, solicito que la Comisión de Estudios de Postgrado proponga al Consejo de Facultad la designación del jurado para la revisión del Trabajo Especial.

Sin otro particular, se despide,

Atentamente,

Econ. Gustavo Matos

C.I.: 13.288.155

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	2
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I.....	12
1.1 Planteamiento Del Problema.....	12
1.2 Objetivo General.....	13
1.3 Objetivos Específicos.....	14
1.4 Justificación.....	14
CAPÍTULO II. Marco Teórico.....	16
2.1 Antecedentes.....	16
2.1.1 Servicio de Mensajería de Texto.....	17
2.2 Ventajas de la Mensajería Corta.....	18
2.3 Desventajas de la Mensajería Corta.....	19
2.4 El Mercado.....	20
2.5 Competencia Imperfecta.....	21
2.5.1 El Monopolio.....	21
2.5.1.1 Algunos Tipos de Monopolio.....	23
2.5.1.2 Las Ventajas del Monopolio.....	24
2.5.1.3 Las Desventajas del Monopolio.....	25
2.5.2 El Duopolio y Oligopolio.....	26
2.6 Índice Herfindahl también llamado Herfindahl-Hirschman (HHI).....	26

2.7	Regulación Económica.....	29
2.7.1	Clasificación de la Regulación	29
2.8	Operadoras De Telecomunicaciones	30
2.8.1	Operadoras de Telefonía Móvil.....	30
CAPÍTULO III Marco Legal.....		33
3.1	Orden Jerárquico.....	33
3.2	Organismos Reguladores.....	41
3.2.1	Comisión Nacional de Telecomunicaciones.....	42
3.2.1.1	Vinculaciones con otros Organismos.....	43
CAPÍTULO IV Marco Metodológico		45
4.1	Nivel de Investigación	45
4.2	Población y Tamaño de Muestra.....	45
4.3	Fases de la Investigación	46
4.3.1	Fase I: Técnicas de Recolección de Datos Numéricos	46
4.3.2	Fase II: Técnicas de Recolección de Datos Bibliográficos.....	47
4.3.3	Fase III: Análisis de la Información numérica recolectada	48
4.3.4	Metodología Empleada para el cálculo del Precio Promedio Ponderado.....	49
CAPÍTULO V. Análisis de Resultados		51
5.1	Entorno Macroeconómico De Venezuela	51
5.2	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	51
5.3	Situación del Mercado de Telefonía Móvil.....	53
5.3.1	Evolución de los Suscriptores	53
5.4	Servicio de Mensajería de Texto	55

5.4.1	Paquetes Ofrecidos de Mensajería de Texto	55
5.4.2	Evolución Del Precio	56
5.4.2.1	Precio Nominal del Servicio	56
5.4.2.2	Precio Promedio Ponderado.....	56
5.5	Estimación del Índice Herfindahl e Índice Herfindahl Normalizado .	57
ANEXOS		58
CONCLUSIÓN.....		79
BIBLIOGRAFÍA.....		82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones) I Trimestre 2001 – IV Trimestre 2003	59
Gráfico 2. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones) I Trimestre 2004 – IV Trimestre 2005	60
Gráfico 3. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones) I Trimestre 2006 – IV Trimestre 2007	61
Gráfico 4. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones) I Trimestre 2008 – IV Trimestre 2009	62
Gráfico 5. Suscriptores de Telefonía Móvil I Trimestre de 2002 – IV Trimestre de 2003	63
Gráfico 6. Suscriptores de Telefonía Móvil I Trimestre de 2004 – IV Trimestre de 2005	64
Gráfico 7. Suscriptores de Telefonía Móvil I Trimestre de 2006 – IV Trimestre de 2007	65
Gráfico 8. Suscriptores de Telefonía Móvil I Trimestre de 2008 – IV Trimestre de 2009	66
Gráfico 9. Variación Anual de los Suscriptores de Telefonía Móvil Período 2002 – 2009	67
Gráfico 10. Distribución Estimada del Mercado al IV Trimestre de 2009.....	68
Gráfico 11. Tráfico Promedio por Suscriptor de SMS y VOZ.....	69
Gráfico 12. Comparativo de los ajuste del IPC Área Metropolitana de Caracas en el Sector Comunicaciones y Precio Promedio Ponderado del SMS.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Mensajes Enviados Intrared y Otras Redes 2002 – 2009.....	71
Tabla 2. Planes ofrecidos por la operadora MOVILNET.....	72
Tabla 3. Planes ofrecidos por la operadora MOVISTAR	72
Tabla 4. Planes ofrecidos por la operadora DIGITEL.....	72
Tabla 5. Histórico del precio nominal del mensaje de texto por operadora ...	73
Tabla 6. Precio Promedio Ponderado Estimado del SMS I trimestre de 2002 – IV trimestre de 2009	76
Tabla 7. Cálculo del Índice Herfindahl.....	78
Tabla 8. Cálculo del Índice Herfindahl Normalizado.....	78

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se hará un análisis de la viabilidad de establecer una regulación económica en el precio unitario de la mensajería corta de texto a través de equipos móviles, necesidad que ha surgido en el tiempo, en virtud del crecimiento acelerado en el consumo que tiene los venezolanos por la utilización cada vez más frecuente de sus equipos tecnológicos para uso personal o profesional, lo que conlleva a una alta dependencia de los usuarios a estar siempre conectados con sus intereses, es por ello que, el acceso a las comunicaciones es considerado un servicio público prestado por empresas privadas y del estado al cual todos tienen acceso restringido al gozo y disfrute.

La telefonía móvil ha tomado un auge significativo como mecanismo de transmisión de información entre usuarios y usuarias a nivel mundial, logrando una creciente penetración en el mercado y por ende una importante fuente de ingresos para las empresas de telecomunicaciones (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2008).

Incesantes han sido los cambios a nivel mundial por ofrecer una diversificación en los mecanismos de comunicaciones los cuales resulten mas atractivos para los usuarios, adaptándose a las distintas necesidades que se van presentando, entre las que encontramos, voz, SMS (Short Message Service), MMS (Multimedia Messaging Service), datos (Acceso a Internet con Tecnología WAP), TTS (Text To Speech) y Voz IP (Voz sobre protocolo en Internet).

En el capítulo I se muestran los objetivos de la investigación, sus alcances y los resultados que se desean obtener. En el capítulo II, se establecerá un resumen de los antecedentes de la mensajería de texto, sus ventajas y desventajas y cuáles han sido sus principales logros a nivel mundial, asimismo, se hará una explicación de los que es el mercado desde

el punto de vista microeconómico, en enmarcar el tipo de mercado en cual se desenvuelve éste servicio dejando así establecido desde que óptica debe ser evaluada la mensajería de texto, buscando las mejores oportunidades para la toma de decisiones en materia económica que aporten valor agregado a la comportamiento optimo del servicio. De igual forma, en éste capítulo, se identificarán cuáles son los operadores de telecomunicaciones que actualmente están autorizados para la prestación del servicio de telefonía móvil.

En capítulo III, se detallará el ordenamiento legal y sub legal vigente mediante las cuales los operadores de telecomunicaciones y los usuarios y usuarias de los servicios de telecomunicaciones tienen como deber y como derecho para la prestación del servicio por un lado y para el uso y gozo de los distintos servicios de comunicación respectivamente.

Posteriormente, en el capítulo IV referente al marco metodológico, se detalla el nivel de la presente investigación, los mecanismos de recolección y análisis de la información y por último en el capítulo V se muestran la evolución de los precios que los operadores de telecomunicaciones han establecido como valor unitario del mensaje de texto (infrared y otras redes) y como éste valor se comporta en relación a las principales variables macroeconómicas de precios, con lo cual permitirá concluir si éste servicio de telecomunicaciones es sensible a regulaciones de precios por parte del Estado venezolano.

CAPÍTULO I.

1.1 *Planteamiento Del Problema*

El sector de las telecomunicaciones en Venezuela ha sido regulado por el Estado venezolano, a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) desde su creación en septiembre de 1991, dispuesto en primer orden por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en su Artículo 112, el cual establece que *“...el Estado adoptará las medidas que fueran necesarias para evitar los efectos nocivos y restrictivos del monopolio, del abuso de la posición de dominio y de las demandas concentradas de manera que se proteja al público consumidor, productores y el aseguramiento de condiciones efectivas de competencia...”*.

De igual modo, la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones en el Artículo 145 establece que *“...los precios serán fijados libremente por cada prestador de servicios de telecomunicaciones, salvo aquellos que sean función de Servicio Universal...”*, asimismo, la legislación venezolana, permite la fijación de precios a aquellas empresas que gocen de una posición de dominio dentro del mercado. En estos casos CONATEL es la entidad competente para determinar las tarifas máximas y mínimas.

Al verificar las cifras oficiales de la inflación, que publica mensualmente el Banco Central de Venezuela, son notables los altos costos a los cuales los venezolanos deben incurrir para tener acceso a los distintos bienes y servicio necesarios para las necesidades básicas de la vida. Es por ello que, el impacto de un crecimiento en el nivel de precios de los servicios de telecomunicaciones, es altamente sentido por sus usuarios en el presupuesto mensual que destinan para tal fin.

En el mercado venezolano se presume la no existencia de posición de dominio, es decir, la presencia de un operador que sea marcador de precios, que requiera desde el punto de vista de económico, ni de competencia una

intervención gubernamental que busque la sostenibilidad del mercado, sin embargo, debido al crecimiento tan vertiginoso de este mecanismo de comunicación (Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL, 2010), se ha puesto gran interés en la mensajería de texto conllevando al establecimiento de normas por parte de la CONATEL que han servido de base para la prestación del servicio.

Con base a lo antes expuesto, se propone realizar un estudio que permita determinar si el precio¹ del mensaje corto de texto originado de un equipo móvil, susceptible a una fijación de tarifas² por parte del Estado venezolano a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, con el fin de buscar una mayor estabilidad en el precio o si por el contrario la libre y sana competencia entre las operadoras es la situación idónea en Venezuela.

1.2 Objetivo General

- Determinar la viabilidad de implementar mecanismos regulatorios de precios, que contribuyan al desarrollo de la eficiencia y efectividad en la demanda de la mensajería corta de texto (Short Message Service, SMS por sus siglas en inglés) a través de equipos móviles en Venezuela.

¹ El Precio se define como el valor en dinero de un bien o servicio que se asigna, por el cual se debe intercambiar para obtener dicho bien o servicio.

² La tarifa de un bien o servicio es aquella que es fijada generalmente por el Estado, el cual debe permitir cubrir los costos de operación, recuperar la inversión en planta física, cubrir los costos financieros, pagar los impuestos, y arrojar un margen de rentabilidad atractivo en comparación con alternativas de inversión equivalente (Francés A. , 1993).

1.3 *Objetivos Específicos*

- Analizar la evolución estadística de la mensajería de texto a través de equipos terminales móviles en Venezuela en el período 2002 – 2009.
- Revisar el marco normativo regulatorio y de competencia vigente vinculado a las telecomunicaciones en Venezuela.
- Estimar a través de un índice de concentración, el poder de mercado de los operadoras de telefonía móvil en Venezuela en la prestación del servicio.
- Determinar la efectividad de establecer un mecanismo regulatorio que incida positivamente en la prestación del servicio de la mensajería corta de texto del mercado venezolano.

1.4 *Justificación*

En virtud de los constantes incrementos de precio del mensaje corto de texto que realizan los operadores de telecomunicaciones, valiéndose del derecho de fijar libremente sus precios, se ha creado la necesidad de evaluar la posibilidad de establecer un mecanismo regulatorio en el valor unitario del mensaje corto de texto por parte del Estado venezolano, con el fin de controlar su tendencia creciente a través del tiempo.

Aunado al crecimiento acelerado en el consumo de la mensajería de texto como mecanismo de transmisión de información, la presente investigación tendrá la finalidad de evaluar la prestación del servicio de la mensajería de texto, para determinar la existencia de las condiciones mínimas necesarias que establece la Ley para una intervención económica.

De igual forma, la investigación determinará en caso de ser necesaria una regulación, cuál será el impacto que esto generará en el sector, entre los cuales se desprenden las dos más importantes, la primera es el

establecimiento de un precio fijo que permita cumplir con los costos medios de los operadores de telecomunicaciones, ajustable a una variable determinada por el órgano regulador, o si por el contrario, el establecimiento de una regulación tarifaria traería consigo un desincentivo en la libre competencia, es decir, una reducción en el monto de inversión destinado para la adecuación y mejora de los sistemas para ofrecer un servicio de calidad, comparativamente mejor al de sus competidores.

CAPÍTULO II.

Marco Teórico

2.1 Antecedentes

No se encontraron investigaciones vinculadas con anterioridad al estudio de la posibilidad de establecer un mecanismo regulatorio económico para la prestación del servicio de mensajería de texto en Venezuela, la fuente de información principal será material bibliográfico y datos obtenidos desde la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, así como distintos medios de comunicación.

La comunicación siempre ha sido una de las principales necesidades de los seres humanos para manifestar sus deseos y estar en contacto con otras personas constantemente, en vista de ello, han buscado a través del tiempo formas, maneras y medios para satisfacer a ese gran número de personas.

Las necesidades de comunicación fueron satisfechas en sus inicios a través de una red de telecomunicaciones telegráfica que permitían la transmisión de textos mediante una combinación elemental de caracteres. Se trata entonces, de una red que a través de ondas electromagnética enviaba una especie de código previamente conocido por el emisor y receptor, para dar a conocer un mensaje.

Posteriormente, para el año 1876 surgió un nuevo medio de comunicación conocido como el teléfono, este ofrecía la gran ventaja de permitir la comunicación a distancia, por lo que su demanda se caracterizó por ser muy elevada, desplazando de esta forma al telégrafo. El desarrollo de las redes telefónicas se dio de forma acelerada, las cuales fueron diseñadas utilizando la transmisión de señales analógicas. Más tarde aparecieron las computadoras y el Internet lo que desencadenó el interés por el envío de

documentos escritos a grandes distancias. Es así, como comienza a desarrollarse la rama de las telecomunicaciones en el mundo.

Del mismo modo los avances tecnológicos permitieron el desarrollo de la telefonía móvil celular y servicios de telecomunicaciones personales a través de las redes de telecomunicaciones, cuyo objetivo ha venido siendo, entre otros, la transmisión de datos a velocidades cada vez mayores.

Uno de los servicios producto de los progresos tecnológicos complementario de la telefonía celular ha sido la mensajería corta o SMS (Short Message Service), conocida como un servicio inalámbrico que permite la transmisión de mensajes alfanuméricos de hasta 160 caracteres por mensaje entre los suscriptores móviles y los sistemas externos, como el correo electrónico. En principio, se emplearon únicamente para enviar y recibir mensajes de texto normal, pero hoy en día existen extensiones del protocolo básico que permiten incluir otros tipos de contenido, dar formato a los mensajes o encadenar varios mensajes de texto para permitir mayor longitud.

2.1.1 Servicio de Mensajería de Texto

El primer mensaje comercial SMS fue enviado mediante la red de Vodafone en Gran Bretaña el 3 de diciembre de 1992, desde una computadora portátil. Un año después, en el 93, se envió el primer mensaje de texto desde un teléfono móvil (Martínez, 2009).

El teléfono móvil se centró en sus inicios en la mensajería de voz, siendo los mensajes de texto un producto secundario. La comunicación a través de mensajes de texto fue tomando gran fuerza e importancia para las operadoras, a medida que iban observando como su demanda se incrementaba significativamente en comparación con el tráfico de voz, convirtiéndose en una opción de comunicación primaria para los agentes

económicos y en un mercado amplio a satisfacer. Desde 1994, la función de SMS (Short Message Service) ha estado incorporada en prácticamente todos los teléfonos móviles digitales.

Los SMS son una posibilidad adicional a la tecnología celular, que comenzaron su explosión en Venezuela en el año 2002, cuando las operadoras locales descubrieron el valor de la oferta y los usuarios el ahorro en sus finanzas.

En septiembre de 2002, Digitel fue la primera operadora en traer a Venezuela el servicio de mensajería de texto de manera gratuita, obligando al resto de las operadoras a ofrecer el servicio. Asimismo, fue la primera en permitir el envío de mensajes multimedia (MMS), lo cual resultó ser un gran avance tecnológico en las telecomunicaciones del país.

En el mundo de las telecomunicaciones, los mensajes electrónicos se están convirtiendo en una opción de comunicación primaria. La mensajería electrónica impulsada por la adopción del correo electrónico (e-mail), el correo de voz y los servicios de mensajería corta (SMS) en las empresas y en el hogar, ahora están creciendo a un ritmo sin precedentes y las operadoras pronostican mayores ingresos por este concepto.

2.2 Ventajas de la Mensajería Corta

Una de las ventajas que tiene la mensajería de texto es que son enviados a través del canal de control de la red GSM (Global System for Mobile Communication), la cual no interfiere con las llamadas de voz, permitiéndole a el usuario ejercer dos funciones simultáneamente, es decir, recibir un mensaje de texto, en el momento que el usuario tiene una conversación telefónica, los cuales no solo provienen de otro teléfono celular, sino de otro medio como el Internet, del mismo modo esa tecnología permite

que el sistema de comunicación sea más seguro, lo que le ofrece al usuario más privacidad y menos posibilidad de fraudes de clonación.

Otra bondad de este producto es que independientemente de que a la persona a la cual se le envía el mensaje tenga el móvil apagado o fuera de cobertura, el mensaje de texto se guardara en la red y se entrega cuando el móvil se enciende o tenga señal de la red.

Del mismo modo, uno de los aspectos positivos para los usuarios del servicio SMS ha sido el bajo costo en el envío ya que se caracteriza por ser accesible y más económico que la comunicación de voz, siendo utilizados también para emitir opiniones o participar, por ejemplo, en concursos de radio y televisión, lo que a la final se traduce en ingresos tanto para las operadoras que transportan la data como para los medios de difusión.

2.3 *Desventajas de la Mensajería Corta*

Una de las desventajas del servicio de SMS es la transferencia de mensajes de poco ancho de banda, de aquí que el formato de mensajería varía y tiene una limitante en tamaño ya que sólo admite como máximo 160 caracteres. Esto ha llevado a los usuarios a intentar reducir el número de letras al escribir mediante la abreviatura, permitiendo la disminución de los costos. Otro defecto de los SMS es que se tarifican y confirman al usuario cuando envían el mensaje a la red, no cuando el receptor ha recibido efectivamente el mensaje, lo que implica que independientemente de que el mensaje llegue o no a su destino, el mismo es cobrado igualmente por el operador.

2.4 El Mercado.

El mercado es una institución en la cual interactúan los oferentes y los demandantes, lo que permite la determinación de los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

Cada individuo está involucrado en un mercado, permitiendo la interacción de distintos factores que contribuyen a su desenvolvimiento, sin embargo, pocos saben con exactitud que es un mercado, por lo que existen distintas definiciones según el punto de vista de los expertos, es por ello que, a continuación se mostrarán distintas conceptos definiciones, que llevarán a entender con más amplitud lo que engloba un mercado.

- *"Las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo". (Stanton, 2004).*
- *Según (Farber, 2003) el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio".*
- *Desde la perspectiva del economista (Mankiw, 2004) un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta".*
- *Por su parte, el Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones, menciona que el mercado es el "conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio" (Española, 2010).*

2.5 Competencia Imperfecta

2.5.1 El Monopolio

Alfred Marshall (1957) resaltan en su análisis sobre el monopolio, una técnica propia y la consideración de que la estructura de los costos en algunos casos podría llegar a ser más favorable que la de una industria en competencia, lo cual se puede establecer realizando las comparaciones de las cantidades relativas de los beneficios para el público y para el monopolista resultantes de sus distintos modos de actuar.

Las causas generales que según (Marshall, 1957) determinan el establecimiento y los valores del monopolio son;

- *La búsqueda del mayor rendimiento neto total*, ajustando la oferta a la demanda de forma tal que el precio de venta no sólo cubra los gastos de producción, sino que le proporcione el mayor rendimiento. Entendiendo como rendimiento neto, aquella parte que queda de los beneficios normales después de deducir el interés del capital empleado y del seguro contra las pérdidas.
- *Las respuestas de los monopolistas frente a los impuestos o primas* que afectan las condiciones de la oferta, se establecen de distintas formas; si se trata de un monto fijo que no depende de las cantidades producidas, este variará su ingreso en ese mismo monto, es decir que las cantidades producidas y el precio de venta que proporcionaba el máximo beneficio, no se verán afectados. Frente a primas o impuestos proporcionales a los ingresos, el monopolista aumentará o disminuirá de forma proporcional sus ingresos, en cambio, el impuesto proporcional a la cantidad producida, sí originará una disminución de la producción, (para bajar los gastos) y un aumento del precio para cubrir este desembolso. Finalmente los cambios contrarios se presentarían

como consecuencia de una acción que disminuyera los gastos del monopolista.

- *La producción a gran escala de los monopolios ocasionaría mayores beneficios, ya que los gastos totales son menores (especialmente los gastos de publicidad), en comparación con la producción en pequeñas empresas, ya que estas no poseen la capacidad de realizar fuertes inversiones en métodos o maquinarias para mejorar la producción, existiendo en el monopolio grandes incentivos para realizar estas inversiones, ya que éste se vería beneficiado completamente de los resultados obtenidos.*
- *La reducción del precio monopolístico para obtener beneficios en el futuro se podría desarrollar en casos de productos poseedores de fuerte reconocimiento en sus consumidores, donde el monopolista fijaría un precio inferior al que le proporciona el máximo beneficio neto con la intención de aumentar sus ventas, logrando que el consumidor se familiarice aun más con su producto y de esta forma en el futuro ver compensado su menor ingreso actual.*
- *La consideración del aumento del excedente de los consumidores como variable deseable para propiciar el incremento de un medio o de un cuarto en su propio ingreso de monopolio, favoreciendo la producción de aquella cantidad que maximiza dicho beneficio total. La suma del excedente de los consumidores y el ingreso del monopolista originado por la venta del bien a cierto nivel de precios, serán los beneficios netos conjuntos de productores y consumidores, es decir, el beneficio total de dicha venta. Finalmente el precio será menor y las cantidades ofrecidas mayores, cuando el monopolista decida promover los intereses de los consumidores para aumentar su propio ingreso.*

2.5.1.1 *Algunos Tipos de Monopolio*

a) El Monopolio Natural.

El monopolio natural se presenta debido a los altos costos de establecimiento requeridos para una planta de producción eficiente, que cubra las demandas de un mercado, lo cual implica según (Gould, 1978) que las fuerzas del mercado impulsan el desarrollo de esta estructura como salida a la provisión del bien o servicio que satisfaga sus necesidades.

b) El Monopolio de Estado.

(Guevara, 1987) expone que los monopolios de Estado surgen, cuando se trata de actividades cuya inversión inicial en equipos es tan elevada, que sólo son rentables cuando quien realiza dicha inversión abastece todo el mercado disponible, siendo generalmente el Estado el único capaz de asumir el monto de dicha inversión, entonces gran parte de los monopolios de estado serán también monopolios naturales y viceversa.

c) El Monopolio Social.

El monopolio social para (Tamames, 1970), generalmente se presenta en estructuras que están en poder del Estado y se tiene como finalidad, que los bienes producidos sean consumidos por el mayor número de personas, ya que este tipo de monopolio no tiene como finalidad el logro de beneficios, sino que el excedente del consumidor alcance su máximo nivel y el monopolista ofrezca la mayor cantidad posible en el mercado sin presentar pérdidas.

Finalmente, los distintos tipos de monopolios pueden desarrollar algunas condiciones con la intención de mejorar y mantener sus posiciones dominantes, originando algunas veces directa o indirectamente ventajas para

los consumidores, aun cuando dichas ventajas pudieran no estar presentes en todos los tipos de monopolios, comentaremos a continuación algunas de ellas.

2.5.1.2 *Las Ventajas del Monopolio*

Además de no existir un análisis único y simple que prediga claramente las consecuencias positivas sobre los consumidores, realizaremos más bien una breve descripción de situaciones posibles dentro de esta estructura que pueden a su vez favorecer a los consumidores de forma indirecta, tomando las cualidades que resalta (Tamames, 1970) sobre los monopolios.

- La ventaja de las economías de escala, se presentan en los monopolios que operan plantas de tamaño óptimo a plena capacidad y con una división del trabajo también óptima, es decir alcanzando un nivel de especialización que aumenta la productividad, al utilizar la mano de obra especializada estrictamente necesaria, igualando la capacidad de producción con la producción efectiva.
- Con respecto a las innovaciones en los productos y en los procesos de producción, cuando estas se traducen en mayores beneficios como consecuencia de disminuciones en los costos o aumentos en los precios, los monopolios tendrían ventajas para adoptarlas con mayor rapidez utilizando o comprando las patentes necesarias. También la intensidad de investigación científica se puede favorecer debido a la capacidad de los monopolios para realizar inversiones en laboratorios, ya que tomando los argumentos de (Schumpeter, 1950) las grandes empresas con posiciones más o menos monopolistas tienen mayores incentivos para impulsar el progreso tecnológico, realizando inversiones en investigación y desarrollo.

- Por otra parte, en los monopolios es más fácil eliminar las fluctuaciones en los ingresos empresariales debidos a los periodos de prosperidad y depresión, al eliminar o controlar las variaciones en la producción, traduciéndose esto, en menor riesgo de recuperación de los préstamos y en mejores condiciones para los consumidores.

Es preciso aclarar que estas ventajas hacia los consumidores que surgen de las acciones de los distintos tipos de monopolios para aprovechar y mantener su situación, generalmente se presentan como consecuencias indirectas de su comportamiento no competitivo, lo cual claramente expone que un análisis adecuado debe presentar las desventajas y perjuicios que estas estructuras ocasionan en su afán de obtener mayores beneficios.

2.5.1.3 *Las Desventajas del Monopolio*

El análisis de una estructura de mercado como el monopolio está asociado a la formación de beneficios extraordinarios lo cual perjudica a los consumidores, (Morvan, 1976) realiza este análisis sobre las desventajas, relacionándolo y comparándolo con la estructura de la competencia perfecta, concluyendo que en el corto plazo las cantidades consumidas son menores y el precio de los bienes es superior en presencia del monopolio puro. Con respecto a la distribución de la riqueza, cuando las ansias de mayores beneficios, impulsan la disminución del volumen de la producción y el aumento del precio, se genera una disminución del insumo de mano de obra requerida, dejando parte de la población laboral desempleada o abaratando el costo de su producto por la vía de la disminución de los salarios. Esta actitud pudiera llegar a disminuir el ritmo de crecimiento, hasta niveles donde se frene el desarrollo, ya que al disminuir la oferta de productos se estaría dejando de utilizar insumos efectivamente disponibles.

Son amplias las referencias en cuanto a los efectos negativos que ocasionan los monopolios sobre los consumidores, desembocando en su mayoría en la necesidad de establecer medidas que corrijan completamente o disminuyan dichas distorsiones, sin embargo, los trabajos sobre las medidas a implementar son igualmente diversos, por lo tanto, realizaremos a continuación una revisión teórica sobre la regulación de los monopolios y las estructuras concentradas, tomando en consideración la Visión Tradicional y las Teorías Económicas de la Regulación (la Visión de la Escuela de Chicago).

2.5.2 El Duopolio y Oligopolio

Un duopolio o un oligopolio existen cuando dos o más empresas ofrecen un mismo producto (homogéneo), frente a una demanda competitiva. Es decir, como en el caso del monopolio en el duopolio u oligopolio son las empresas las que “orientan al juego”, frente a una demanda pasiva conocida e imprecisa, sin embargo, resulta un problema para cada empresa, determinar la oferta que maximice su beneficio, teniendo en cuenta la demanda de otras empresas; para ello se deberá efectuar conjeturas, es decir anticipaciones, sobre sus comportamientos.

Un Oligopolio se da cuando a la existencia de pocas empresas productoras y muchos consumidores de un bien determinado, se le suma el fenómeno de la poca o nula diferenciación del bien que ofrecen. El producto ofrecido por las empresas oligopólicas es tan parecido, que a los consumidores les resulta difícil establecer la diferencia. (Hardy, 2005)

2.6 *Índice Herfindahl también llamado Herfindahl-Hirschman (HHI)*

De acuerdo a (Parkin, 2004) El índice de concentración de Herfindahl es un indicador que permite medir el grado de concentración en un mercado,

es decir, la equidad en la distribución de algún bien, servicio o ingreso. Permite conocer cuan eficiente está siendo la distribución de éstos, es por ello que, es usado habitualmente para evaluar la existencia de situaciones monopólicas, compras y fusiones de empresas. Un mercado con alta concentración afecta a la libre competencia. Si una sola empresa controla el mercado se habla de 'monopolio'; si lo controlan unas pocas empresas, se habla de "oligopolio".

La fórmula del índice H es la suma de los cuadrados de las proporciones que tienen las empresas en el mercado:

$$H = \sum_{i=1}^k p_i^2$$

En donde " p_i " es la proporción del mercado de la empresa " i ", y " k " es el número de empresas. La interpretación generalmente aceptada de los valores de H es la siguiente: $< .10$ indica desconcentración en el mercado, de $.10$ a $.18$ señala una concentración moderada, y $>.18$ muestra alta concentración.

Los índices numéricos de este coeficiente fluctúan entre 0 y 1. De esta forma, si el resultado es 0 significa que en el mercado no hay concentración bancaria; por el contrario, cuando el resultado es 1 indica que el mercado está dominado por una sola empresa. El índice de Herfindahl aumenta (disminuye) a medida que las desviaciones respecto al tamaño promedio aumentan (disminuyen) y el número de empresas disminuye (aumenta).

Sin embargo, en un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica de Chile demuestran que con la finalidad de estandarizar y acotar los valores que puede tomar el índice de Herfindal, se creó una versión modificada, dando origen a lo que se conoce como el Índice de Herfindahl Normalizado.

$$HN = \frac{\left(H - \frac{1}{n}\right)}{1 - \frac{1}{n}} \quad 0 \leq H \leq 1$$

donde:

H: Es el Índice de Herfindal.

HN: Es el Índice de Herfindal Normalizado.

n: número de empresas consideradas

De igual modo, la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia de Venezuela, con el propósito de determinar si una operación contraviene la prohibición establecida en la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia (la "Ley Pro-Competencia")³, en razón de que genera efectos restrictivos sobre la libre competencia, o produce o refuerza una posición de dominio en el mercado relevante utiliza unos lineamientos para la Evaluación de las Operaciones de Concentración Económica⁴, las cuales como una ayuda para la interpretación de datos de mercado, la Superintendencia utiliza el índice de concentración Herfindhal-Hirschman (HHI). Este índice refleja la estructura del mercado en la medida que le da un peso proporcionalmente mayor a las participaciones de mercado de las empresas más grandes de acuerdo con su importancia relativa.

Los efectos que la realización de una operación de concentración pudieran tener sobre la estructura del mercado, por medio de la posibilidad de eliminación de un competidor del mercado relevante, se refleja en el

³ Artículo 11 establece que: "Se prohíben las concentraciones económicas, en especial las que se produzcan en el ejercicio de una misma actividad, cuando a consecuencia de ellas se generen efectos restrictivos sobre la libre competencia o se produzca una situación de dominio en todo o parte del mercado".

⁴ Lineamientos para la Evaluación de las Operaciones de Concentración Económica. Gaceta Oficial de la República N° 36.819 del 1° de noviembre de 1999.

mencionado índice de concentración, el cual puede adoptar valores que van desde cero (0) hasta diez mil (10.000). El primer extremo corresponde a una situación de completa atomización del mercado, mientras el segundo a una de monopolio puro.

2.7 Regulación Económica

2.7.1 Clasificación de la Regulación

En un intento por agrupar los diversos tipos de regulación, (Barionuevo & Lahera, 1998), la clasificación es de la siguiente manera: *regulación estructural*, es toda acción sobre la estructura de la industria (principalmente para corregir los efectos negativos de las industrias con fuerte concentración) con la intención de determinar la entrada o salida de nuevas firmas al mercado y aplicar normas para favorecer actividades beneficiosas no solamente para las firmas de la industria sino para toda la sociedad, teniendo como ejemplo, la gama de medidas aplicables sobre los monopolios.

La segunda clasificación es, *la regulación de conducta* la cual está basada en un conjunto de normas objetivas y de alcance general que se ejercen sobre los diferentes miembros participantes de un sector industrial, para modificar o disminuir las actividades que ocasionan asignaciones económicas ineficientes, por ejemplo, las medidas aplicables a sectores no monopólicos, pero igualmente ineficientes y distorsionantes del bienestar del consumidor.

2.8 Operadoras De Telecomunicaciones

2.8.1 Operadoras de Telefonía Móvil

En Venezuela éste servicio es prestado por tres operadores de telecomunicaciones, autorizados por los organismos gubernamentales encargados para ofrecer el servicio de telefonía móvil, a saber, Telecomunicaciones Movilnet, C.A. (HGTS-00263) como operador del Estado quien para el cierre del año 2008 contaba con el 44,1% del mercado nacional (Jacqueline Farías⁵, 2008) y Telcel, C.A. (HGTS-0001) y Corporación Digitel, C.A. (PADS-500754) como operadoras del sector privados, mientras que, las competencias como órgano regulador de las telecomunicaciones está a cargo de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) actualmente adscrito a la Vicepresidencia de la República Bolivariana de Venezuela⁶.

a) Telcel, C.A (Antes Telcel Bellsouth, Ahora Movistar - Telefónica Móviles Venezuela), nombre comercial: Movistar⁷

Considerada la primera empresa en ofrecer telefonía móvil en Venezuela, fue creada el 31 de mayo de 1991 bajo el nombre de Telcel, luego en el año 2001 fue adquirida por Bellsouth convirtiéndose así en Telcel

⁵ La Ing. Jacqueline Farías fue designada por la Asamblea de Accionista de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) y Telecomunicaciones Movilnet, C.A. como Presidenta de CANTV y sus filiales para el período Mayo 2009 - Octubre 2009

⁶ Asamblea Nacional (04 de agosto de 2010). Recuperado el 11 de agosto de 2010 http://www.asambleanacional.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=26280:-ejecutivo-aprobo-la-adscricion-de-conatel-a-la-vicepresidencia-de-la-republica&catid=284:noticias&Itemid=249&lang=es

⁷ Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Orden de interconexión N° 154 entre las redes públicas de telecomunicaciones de las empresas de telecomunicaciones MOVILNET, C.A. y TELCEL, C.A., para la prestación del servicio de mensajería corta publicado el 03 de julio de 2002. Recuperado el 23 de agosto de 2010 <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/interconexionbusqueda>

Bellsouth, hasta que finalmente el 6 de abril de 2005 es adquirida por Telefónica Móviles Venezuela filial de Telefónica S.A en España, así mismo, le fue otorgado la Habilitación General de Telecomunicaciones N° HGTS – 001 en la cual se le concedió la autorización correspondiente.

Actualmente Telcel, C.A presta sus servicios de telecomunicaciones bajo la figura comercial de Movistar, considerada como una de las compañías más importantes del sector en ofrecer una amplia gama de servicios.

b) Telecomunicaciones Movilnet, C.A.⁸

La segunda empresa de telecomunicaciones que prestaría el servicio de telefonía móvil en Venezuela es creada el 19 de mayo de 1992 como filial de la Compañía Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), suscribiéndose así el contrato de concesión con la República de Venezuela, para la emisión, transmisión y recepción de ondas radioeléctricas con la tecnología celular, para fines específicos de telecomunicaciones, a ser prestados en todo el territorio nacional.

En el 2006 la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) llevó a cabo el proceso de transformación del Título Administrativo del operador, para así concederle la Habilitación General de Telecomunicaciones HGTS – 00263, la cual se le autoriza para la prestación del servicio a nivel nacional de acuerdo al nuevo régimen estipulado en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

⁸ Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Orden de interconexión N° 154 entre las redes públicas de telecomunicaciones de las empresas de telecomunicaciones MOVILNET, C.A. y TELCEL, C.A., para la prestación del servicio de mensajería corta publicado el 03 de julio de 2002. Recuperado el 23 de agosto de 2010 <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/interconexionbusqueda>

El 27 de mayo de 2007, se establece la renacionalización de la Corporación Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela por parte del Estado Venezolano, abarcando a las empresas CANTV, CANTV.NET, CAVEGUIAS y MOVILNET.

c) Corporación Digitel, C.A.⁹

Es la tercera empresa de telecomunicaciones más importante en Venezuela, fundada el 20 de enero de 1998 cuando se le otorgó el Título Administrativo de Concesión N° C-STR-002, para la prestación de los servicios de telecomunicaciones rurales (STR) en los Estados Aragua, Carabobo, Cojedes, Distrito Federal, Falcón, Guárico, Miranda y Yaracuy.

En el año 2003 luego del Proceso de Apertura de las Telecomunicaciones se les concedió la Habilitación General de Telecomunicaciones HGTS – 00169 en la cual se les autoriza para la prestación de los servicios de telecomunicaciones a nivel nacional.

Para el 2006 la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (PROCOMPETENCIA) firmaron el acuerdo donde se autoriza a la Compañía Telvenco, C.A., la adquisición del 100% de las acciones de la Corporación, consolidándola como una empresa 100% de capital venezolano cuyo principal reto era dejar de ser una empresa regional y tener una cobertura en todo el territorio nacional.

⁹. Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Orden de Interconexión N° 120 entre redes públicas de telecomunicaciones de las empresas Telecomunicaciones Movilnet, C.A. y Corporaciones Digitel, C.A., para las prestaciones del servicio de mensajería corta de texto publicado el 15 de febrero de 2002. Recuperado el 23 de agosto de 2010 <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/interconexionbusqueda>

CAPÍTULO III

Marco Legal

En esta sección se presenta los antecedentes que han influenciado el mercado de la telefonía móvil, sobre el cual se desenvuelven las empresas del sector de las telecomunicaciones.

3.1 Orden Jerárquico

El marco legal que rige el sector de las telecomunicaciones se inicia con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela¹⁰, luego la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones que dio paso al Reglamento de Apertura y finalmente, las Resoluciones Tarifarias que fijan las Tarifas de los servicios básicos de telefonía fija residencial y no residencial, a saber, uso local, larga distancia nacional e internacional y llamadas fijo – móvil del operador establecido.

Ilustración 1. Instrumentos Legales del Sector de las Telecomunicaciones.



Fuente: Elaboración Propia del Investigador.

¹⁰ La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela publicada en Gaceta Oficial N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1.999.

Las operadoras que prestan servicio de telecomunicaciones se rigen por el ordenamiento legal y sublegal que se menciona a continuación:

1) La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

a) De los Derechos Económicos:

La República Bolivariana de Venezuela, de acuerdo a su Constitución Política, en el Título II, Capítulo VII, Artículo 113, se manifiesta en contra de todo tipo de monopolio y los efectos de gozar de esta posición de dominio.

A este respecto, de acuerdo al Artículo 112, el Estado adoptará las medidas que fueran necesarias para evitar los efectos nocivos y restrictivos del monopolio, del abuso de la posición de dominio y de las demandas concentradas de manera que se proteja al público consumidor, productores y el aseguramiento de condiciones efectivas de competencia.

En el segundo párrafo del mencionado artículo, se menciona que de tratarse de prestaciones de servicios públicos, como lo es en este caso el servicio de telefonía o telecomunicaciones (en un sentido más general), el estado otorgará concesiones por tiempo determinado, asegurando contraprestaciones o contrapartidas adecuadas al interés público.

Y respecto de estos servicios, el artículo 117 del mismo capítulo, establece que los ciudadanos venezolanos poseen el derecho de gozar de servicios y productos de calidad, así como de información completa y no engañosa acerca de dichos servicios y productos que estos consuman.

b) Del Régimen Socioeconómico y de la Función del Estado en la Economía:

De acuerdo al Título VI, Capítulo I, en el Artículo 299, el régimen socioeconómico del Estado venezolano se basa en principios de justicia

social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a fines de asegurar el desarrollo humano integral.

Valida también la iniciativa privada, junto con la cual, el estado promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional.

Dejando en claro, también, en el Artículo 301, que no se otorgará regímenes más beneficiosos a las empresas extranjeras que los otorgados a las empresas nacionales. Quedando de esta manera, tanto la inversión nacional como extranjera, en igualdad de condiciones para competir.

2) Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL).¹¹

a) Concepto

De acuerdo al Artículo 4 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, se entiende por telecomunicaciones a todo tipo de transmisión, emisión y/o recepción de signos, señal, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos, u otros medios electromagnéticos afines, inventados o por inventarse.

b) Actividad de Interés General

La explotación de estas redes de telecomunicaciones es considerada, bajo las luces de esta ley en su Artículo 5, como actividades de interés general. No sólo es considerado de interés general la explotación, sino también el establecimiento y la prestación de servicios que de estas emanen. Para lo cual, es imprescindible que las empresas obtengan previamente la habilitación administrativa y concesión, en las condiciones que establece la

¹¹ Publicada mediante Gaceta Oficial N° 36.970 de fecha 12 de junio de 2.000.

ley, los reglamentos y las condiciones generales que establezca la CONATEL.

Al ser consideradas las telecomunicaciones, una actividad de interés general, esta se encuentra sujeta a cumplir ciertos parámetros de calidad y metas especiales de cobertura mínima uniforme. Asimismo, las transmisiones que estas realicen podrán someterse a las limitaciones y restricciones que por razones de interés público establezca la Constitución y la Ley.

c) Actividades que comprenden las telecomunicaciones

De acuerdo al Artículo 5 y 6 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, las actividades de telecomunicaciones comprenden:

- Establecimiento de redes de telecomunicaciones
- Explotación de redes de telecomunicaciones
- Prestación de servicios de telecomunicaciones

d) Régimen Autorizatorio

De acuerdo al Título III, Capítulo I, Artículo 16 de la mencionada ley, para que las empresas puedan ejercer su derecho a realizar las actividades de telecomunicaciones arriba descritas, éstas empresas deben obtener una autorización otorgada por la CONATEL, llamada Habilitación Administrativa y serán llamados Atributos a las actividades y servicios concretos que estas empresas podrán prestar bajo el amparo de dicha habilitación administrativa.

De acuerdo al segundo párrafo del mencionado artículo, si la empresa o empresas que hayan obtenido la habilitación administrativa requieren el uso del espectro radioeléctrico, deberán obtener además la correspondiente Concesión.

Dentro de las habilitaciones administrativas figuran:

- Habilitación de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta;
- Habilitación de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, Sin Fines de Lucro;
- Habilitación de Radioaficionados;
- Habilitaciones Especiales; y,
- Habilitación General.

Los tipos de Concesiones posibles son:

- Concesiones de Radiodifusión;
- Concesiones Generales; y,
- Concesiones de Recursos Orbitales y Porciones del Espectro Radioeléctrico Asociadas.

e) Órganos Competentes

En conformidad con el Artículo 34, Capítulo I del Título IV de la Ley, se otorga la facultad al Ministerio de Infraestructura de ser el órgano rector de las telecomunicaciones en el Estado.

A éste le corresponde establecer las políticas, planes y normas generales que han de aplicarse al sector, de conformidad con la Ley y en concordancia con los planes nacionales de desarrollo que establezca el poder ejecutivo.

Por otro lado, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), de acuerdo al artículo 35 del mismo capítulo y título, es un instituto autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del fisco venezolano; autonomía técnica, financiera, organizativa y administrativa.

f) Precios y Tarifas

De acuerdo a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones se establece que en principio los precios son fijados libremente por cada prestador de servicios de telecomunicaciones, salvo aquellos que sean función de Servicio Universal. Esto es expresado en el Artículo 145 del Título X de la mencionada ley menciona también que, si fuese el caso que el operador preste servicios de carácter universal, éste someterá a consideración de la CONATEL su propuesta Tarifaria (mínima y máxima); las mismas que entrarán en vigencia siendo previamente aprobadas por la Comisión y publicadas en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

La legislación venezolana, en principio, establece que los precios serán fijados libremente, exceptuando de esta sentencia a aquellas empresas que presenten servicios de carácter Universal y aquellas que gocen de una posición de dominio dentro del mercado. En estos casos la CONATEL es la entidad competente para determinar las tarifas máximas y mínimas.

La determinación de la existencia de la posición de dominio le corresponde a la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia.

3) Reglamento de Apertura de los Servicios Básicos de Telecomunicaciones¹².

En ejercicio de la atribución que le confiere el Numeral 10 del Artículo 236 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con lo dispuesto en los Artículos 3 y 211 de la Ley Orgánica de

¹² Reglamento de Apertura de los Servicios Básicos de Telecomunicaciones, publicados en la Gaceta Oficial N° 36.970 de fecha 12 de junio de 2.000

Telecomunicaciones, en Consejo de Ministros, el Ejecutivo decretó el Reglamento de Apertura de los Servicios de Telefonía Básica.

Este constituye la base legal en la que se enmarca la apertura de los servicios básicos de telefonía que corresponde al término del periodo de concurrencia limitada (27 de Febrero del 2000) prevista en el Contrato de Concesión suscrito entre el Estado venezolano y la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) el 14 de Octubre de 1991. Este permite a los interesados debidamente habilitados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones prestar servicios de telefonía básica.

El Reglamento de Apertura en su Artículo 1 establece que éste tiene por objeto establecer el modelo, requisitos, condiciones, limitaciones y disposiciones generales necesarias para procurar la apertura de los servicios de telefonía básica en condiciones de pluralidad, libre competencia, transparencia, equivalencia de oportunidades entre operadoras establecidas y operadoras entrantes en atención a las regulaciones asimétricas aquí previstas, libertad de elección por parte de los usuarios, calidad, disponibilidad uniforme y diversidad de servicios, en protección del interés general.

4) Providencia contentiva de las condiciones bajo las cuales los Operadoras de Servicios de Telefonía Móvil podrán ofrecer la facilidad de mensajería de texto.¹³

5) Providencia Administrativa contentiva de las condiciones bajo las cuales las Operadoras de Servicios de Telefonía Móvil podrán ofrecer la facilidad de mensajería de texto¹⁴

¹³ Publicada en la Gaceta Oficial N° 38.730, de fecha 20 de julio de 2.007.

En relación a la mensajería de texto, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de conformidad con lo establecido en la LOTEL, y el Reglamento de Interconexión, mediante providencias Nro. 101 y 124, ordenó el inicio de un procedimiento administrativo a los fines de dictar orden de interconexión para la prestación del servicio de mensajería corta (Short Message Service) y establecer las condiciones generales y económicas entre las operadoras Movilnet, C.A. y Corporación Digitel C.A. así como, con Movilnet, C.A y Telcel, C.A en fechas 19-12-2001 y 27-02-2002, respectivamente. Esta decisión se llevo a cabo después de haberse dado un lapso de 180 días a las operadoras mencionadas para que voluntariamente, bajo acuerdo mutuo, adaptar sus infraestructuras para la interconexión de la mensajería de texto, dado que el lapso se venció y las partes no llegaron a un acuerdo CONATEL, intervino a los fines de exigir a las operadoras que prestan servicios de telecomunicaciones interconectar sus redes entre sí¹⁵.

Posteriormente, en junio de 2007, la CONATEL establece las condiciones bajo los cuales las operadoras del servicio de telefonía móvil pueden ofrecer la facilidad de mensajería de texto (SMS), a los fines de resguardar los derechos de los usuarios establecidos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, bajo la Providencia 1.039 publicada en Gaceta Oficial 38.730 de fecha 20 de junio de 2007.

Dicha providencia norma los SMS con fines comerciales e informativos, la responsabilidad por los contenidos de los SMS por parte de

¹⁴ Publicada en Gaceta Oficial N° 38.897 de fecha 27 de Marzo de 2.008.

¹⁵ Documentos disponibles en la Página Web de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/interconexionbusqueda>

las operadoras, acuse de recibo en la entrega del mensaje, calidad de servicio, entre otros¹⁶.

En febrero de 2008, se realiza la reforma parcial de la providencia 1.039 contentiva de las condiciones bajo las cuales las operadoras del servicio de telefonía móvil podrán ofrecer la facilidad de mensajería de texto (SMS). En esta ocasión se destaca la reforma del artículo 8 relacionado a la responsabilidad de las operadoras con respecto al contenido de los SMS, incorporándole su responsabilidad frente a la generación de los contenidos por parte de terceros que sostengan contratos con el operador. En tal sentido, las operadoras deben prever la prohibición del envío de SMS que inciten al delito ó mensajes publicitarios prohibidos.

3.2 Organismos Reguladores

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)¹⁷ da por sentado que un regulador eficaz es relativamente independiente. Lo que justifica el establecimiento de un organismo regulador independiente, y a menudo específico del sector, es la voluntad de asegurar un trato no discriminatorio a todos los actores del mercado liberalizado.

Para favorecer la no discriminación es preciso crear confianza en una institución reguladora "independiente" y en su legitimidad.

¹⁶ Documento disponible en la Página Web de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) <http://www.conatel.gob.ve/normativabusqueda.asp>

¹⁷ La UIT es la organización más importante de las Naciones Unidas en lo que concierne a las tecnologías de la información y la comunicación. En su calidad de coordinador mundial de gobiernos y sector privado, la función de la UIT abarca tres sectores fundamentales, a saber: Radiocomunicaciones, Normalización y Desarrollo. La UIT tiene su sede en Ginebra (Suiza) y está formada por 191 Estados Miembros y más de 700 Miembros del Sector y Asociados.

Según declaró el Grupo Especial de las Naciones Unidas sobre Financiación de las TIC,

"la proliferación de las inversiones en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la mayoría de los países en desarrollo corre pareja con un mejor entorno para las inversiones privadas y la transformación de los mercados de esas tecnologías, que antes eran cerrados y monopolizados, para permitir la competencia. En los casos en que los gobiernos han propiciado mercados abiertos y equitativos, los inversores generalmente han aprovechado la oportunidad de competir"¹⁸.

El Grupo Especial señaló además que "la introducción y el fortalecimiento de una regulación del sector independiente y neutral han contribuido a consolidar la confianza de los inversores y el comportamiento de los mercados, al tiempo que han generado más beneficios para los consumidores".

Es por ello que el regulador debe gozar de cierta independencia de toda influencia política, en lo relativo a sus actividades diarias y decisiones específicas. El organismo debe cumplir de manera imparcial, transparente, objetiva y neutral, las políticas determinadas por el gobierno, en el marco de los estatutos de supervisión del regulador, sin influencia política transitoria.

Un regulador eficaz también debe tener otros atributos. Los más importantes son la responsabilidad, la transparencia y la predecibilidad. Todas estas características se ven realizadas por una división clara de las responsabilidades entre el regulador de las TIC, los ministerios y otras entidades de reglamentación, tales como la autoridad encargada de la competencia o el organismo responsable de la gestión del espectro radioeléctrico, cuando las haya.

3.2.1 Comisión Nacional de Telecomunicaciones

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) fue creada el 5 de septiembre de 1991 mediante el decreto N° 1.828 (Gaceta oficial N°

¹⁸ <http://www.itu.int/wsis/tffm/final-report.pdf>

34.801 del 18 de septiembre del mismo año); adscrita inicialmente al Despacho del Ministerio de Transporte y Comunicaciones con rango de Dirección General Sectorial y función de Servicio Autónomo con autonomía de gestión administrativa, financiera y presupuestaria.

De acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en su artículo 37 entre las competencias de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones son las que a continuación se indican:

- Dictar las normas y planes técnicos para la promoción, desarrollo y protección de las telecomunicaciones en el espacio geográfico venezolano, de conformidad con la Ley y demás normas aplicables.
- Evaluar y proponer al Ejecutivo Nacional la aprobación de las tarifas para los diferentes servicios de telecomunicaciones, en los casos establecidos en la Ley.
- Coadyuvar en el fomento y la protección de la libre competencia en el sector, en los términos establecidos en la Ley.

3.2.1.1 Vinculaciones con otros Organismos

La CONATEL mantiene relaciones con los siguientes organismos gubernamentales:

- Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia – PROCOMPETENCIA.
- Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios – INDEPABIS. Con esta cumplen la función de protección a los usuarios, mediante la vigilancia y resguardo. Ambas poseen potestades de fiscalización y sanción.

- Ministerio del Poder Popular para la Defensa de la República Bolivariana de Venezuela – MINDEFENSA.

Los vínculos que la CONATEL mantiene con la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (PROCOMPETENCIA) se encuentran contemplados explícitamente en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, en el Artículo 48, Capítulo I del Título IV. Dice lo siguiente: Si se diera el caso en que la CONATEL tomase conocimiento que se esté atentando contra la libre competencia, entonces ésta debe informar oportunamente a la Superintendencia para la Promoción y Protección, aportando los elementos necesarios que coadyuven al conocimiento de la situación, a fines que ésta tome las acciones que corresponda al ejercicio de sus funciones.

De igual forma, dentro de su competencia de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (PROCOMPETENCIA), de acuerdo al Artículo 145 de la Ley, pronunciarse ante la CONATEL acerca de la existencia de posición de dominio de una empresa respecto al resto que operan en el sector. Así como también del cese de los efectos en el mercado de dicha situación.

CAPÍTULO IV

Marco Metodológico

4.1 Nivel de Investigación

El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Este proyecto es de índole descriptivo, la cual, según Van Dalen, y Meyer (1991):

"El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento."

En atención a esta modalidad de investigación, se presentan 2 fases en el estudio, a fin de cumplir con los requisitos involucrados en un proyecto descriptivo. En la primera de ellas inicialmente se desarrolló una recopilación de la información estadística de todas las variables involucradas, así como, la investigación bibliográfica y referencial que contribuirán al desarrollo de la investigación. En la segunda fase del proyecto y atendiendo a los resultados del estudio se presentarán las recomendaciones y medidas propuestas para el desenvolvimiento y mayor eficiencia del servicio de la mensajería de texto.

4.2 Población y Tamaño de Muestra

La presente investigación va dirigida al estudio del servicio de la mensajería de texto que son prestada a través de de la telefonía móvil en Venezuela.

4.3 Fases de la Investigación

4.3.1 Fase I: Técnicas de Recolección de Datos Numéricos

“Toda medición o instrumento de recolección de los datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”. (Roberto, Carlos, & Pilar, 1991).

En la primera fase se procedió a la recopilación de diversas fuentes, con el objeto de obtener información numérica o estadística relevante para la construcción de la presente investigación, mencionadas a continuación:

- **Indicador:** Índice de Precios al Consumidor.
 - **Periodicidad:** I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2009
 - **Mecanismo de Recolección de la Información:** Tomado de la página Web Oficial del Banco Central de Venezuela.
- **Indicador:** Índice Nacional de Precios al Consumidor.
 - **Periodicidad:** I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2009
 - **Mecanismo de Recolección de la Información:** Tomado de la página Web Oficial del Banco Central de Venezuela.
- **Indicador:** Número de Suscriptores de Telefonía Móvil
 - **Periodicidad:** I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2009
 - **Mecanismo de Recolección de la Información:** Tomado de la página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones.
- **Indicador:** Número de Mensajes de Textos enviados (Intrared y Otras Redes).
 - **Periodicidad:** I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2009

- **Mecanismo de Recolección de la Información:** Tomado de la página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones.
- **Indicador:** Evolución del precio del mensaje de texto, efectivamente cobrado por las operadoras de telecomunicaciones.
 - **Periodicidad:** I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2009
 - **Mecanismo de Recolección de la Información:** Se procedió a buscar en las carpetas disponibles en la Gerencia de Planificación y Desarrollo del Sector, División de Políticas Tarifarias y Asuntos Económicos de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), donde se resguardan los soportes en físico de las notificaciones enviadas por los operadores de telecomunicaciones, donde se indican los cambios de precios a efectuar a partir de 15 días posteriores a dicha notificaciones.

En ésta etapa se realiza un trabajo de campo en el área de estudio (reconocimiento y verificación de la información), permitiendo sistematizar las variables y establecer el análisis de cada una de ellas.

4.3.2 Fase II: Técnicas de Recolección de Datos Bibliográficos

Recopilación de información bibliográfica, documental y hemerográfica, la cual permite adquirir los conocimientos necesarios para el entendimiento a fondo del tema de la investigación, necesarios para el correcto desarrollo de un proyecto de investigación

Para la adquisición de dichos conocimientos se necesitan definir ciertas técnicas de recolección de datos, las cuales son cualquier recurso del cual se vale el autor para acercarse a los fenómenos que se presentan

durante el avance del estudio y extraer de ellos la información necesaria para así cumplir el objetivo generado.

La documentación de éste proyecto, se enfoca en la lo relativo a la intervención del estado en la economía, en materia de regulación económica y el derecho de competencia, los cuales contribuyen con un enriquecimiento cognoscitivo del investigador y así establecer un marco de referencia con las experiencias históricas.

De igual forma, se realizó una búsqueda de la normativa legal y sub legal aplicable al sector de las telecomunicaciones, partiendo de lo establecido en la Constitución Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones y todas aquellas Resoluciones y Providencias publicadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), que han servido para la normalización y regularización en la prestación del los servicios de telecomunicaciones, garantizando así los deberes y derechos de los operadores y los usuarios.

Adicionalmente, se utilizó para la recolección de datos, los conocimientos adquiridos por el autor en sus funciones laborales dentro del órgano regulador de las telecomunicaciones, el cual proveerá de información especializada para el análisis y conclusiones que arroje la investigación.

4.3.3 Fase III: Análisis de la Información numérica recolectada

La información recolectada para la realización de la investigación se considera con un alto grado de confiabilidad y certeza, por tratarse de fuentes oficiales las que han sido consultadas, es por esto que, no se realizan análisis complementarios para validar la veracidad de la información.

Para el análisis de la información numérica recolectada, se elaborarán unas tablas donde se podrán visualizar cada una de las variables, que posteriormente serán utilizadas para el cálculo y formulación de la tendencia

a lo largo del período estudiado, así como, establecer comparativos que permita tomar conclusiones entorno al comportamiento de alguna variable en particular.

La elaboración de modelos gráficos que permitan una visualización del comportamiento de las variables, serán de sustento para la presentación de la información, y así se podrá determinar de puntos de corte donde 2 variables se entrecruzan para cambiar su tendencia, caso particular el de medir el uso en unidades de mensajes de texto en comparación con el uso en minutos de llamadas de voz.

4.3.4 Metodología Empleada para el cálculo del Precio Promedio Ponderado¹⁹

La metodología utilizada para el cálculo del precio que en promedio se paga por enviar un mensaje de texto, independientemente de la operadora en que se origine el mensaje, se fundamenta en asignar al precio real unitario vigente a un porcentaje distribuido entre la representatividad del operador en el mercado.

$$T_p (n) = [P_i \times T_i (n)] + [P_j \times T_j (n)] + [P_k \times T_k (n)]$$

Fuente: Fórmula Propia del Investigador.

Siendo:

T_p = Precio Promedio Ponderado del Servicio.

- $P_{i,j,k}$ = Porcentaje de distribución o peso representativo de suscriptores de las operadoras i, j, k.

¹⁹ Metodología adaptada por el autor de la investigación

- $T_{i,j,k}$ = Valor nominal por mensaje de texto enviado de las operadoras i, j, k .
- n = Período.

CAPÍTULO V.

Análisis de Resultados

5.1 Entorno Macroeconómico De Venezuela

Antes de hacer un análisis económico de un sector particular en Venezuela, es importante realiza una aproximación del comportamiento macroeconómico de las principales variables involucradas en el ciclo económico, para así entender desde las distintas perspectivas, como se comporta el sector y cuáles son los escenarios de decisión que puedan afectar positivamente al sector, es por ello que, a continuación se hace un acercamiento del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del Área Metropolitana de Caracas (AMC) en comparación al comportamiento con los niveles de precios del servicio de mensajería de texto, el cual está siendo objeto del presente estudio.

5.2 Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Venezuela se ha caracterizado por presentar altos niveles inflacionarios en promedio de dos dígitos y por ende elevadas fluctuaciones en la tasa evolutiva de éste indicador, tal como se observa en el Gráfico 1, donde se muestra del I trimestre de 2002 al IV trimestre de 2003 las variaciones acumuladas al año, siendo el año 2002 donde el IPC Comunicaciones cerró en 44,5% muy por encima del IPC General que se ubicó en 31,2%, a diferencia del año 2003, donde ambos indicadores disminuyeron con respecto al año inmediato anterior, el IPC General varió 27,1%, por su parte, el IPC Comunicaciones se incrementó en 12%.

Es importante resaltar que el período mencionado, resultó atípico en la economía venezolana, por la presencia de eventos irregulares en el ámbito político y social que afectó negativamente el desenvolvimiento de la

economía venezolana, sin embargo, tal como se visualiza en el gráfico, los precios del sector comunicaciones se mantuvieron relativamente estable comparado con el año antecesor.

Por su parte, los años 2004 y 2005 representados en el Gráfico 2, que muestra años con niveles inflacionarios bajos en lo que respecta al Índice de Precio al Consumidor General con 19,18% en el 2004 y 14,36% en el 2005. Asimismo, el sector de las comunicaciones para los años indicados arroja unos incrementos porcentuales del 6,0% y 6,7% respectivamente.

A partir del año 2006 (Gráfico 3), se inicia un proceso acelerativo de éste importante indicador macroeconómica, al presentar una variación del 16,97% mientras que el año 2007 el incremento porcentual es de 22,5%, a diferencia del IPC comunicaciones quien cerró el año 2006 con 7,3% y con una deflación del -5,8%, en el año 2007, este último impulsado principalmente por la reducción de precios en el servicio de telefonía móvil, como primera medida adoptada por el Ejecutivo Nacional tras la nacionalización de la Corporación Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela, gran influyente en el indicador por ser una de las principales fuentes de medición considerado por el Banco Central de Venezuela (BCV) y el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Finalmente, observamos las variaciones de los años 2008 – 2009 que son consideradas las más altas del período en estudio, en lo que concierne al Índice de Precios al Consumidor en el Área Metropolitana de Caracas, al ubicarse para el 2008 en 31,9% y en el 2009 en 26,9%. Ver Gráfico 4.

Como conclusión del análisis de la principal variable económica que impacta a todos los sectores de la economía y específicamente al sector de las comunicaciones, vemos que en el período estudiado (2002 – 2009) el IPC General ha crecido un total de 445,0% mientras que el IPC Comunicaciones se ha incrementado en 117,4% para el mismo período.

5.3 Situación del Mercado de Telefonía Móvil

5.3.1 Evolución de los Suscriptores

De acuerdo a cifras oficiales emanadas por la CONATEL existían 6.577.263 suscritos en la telefonía móvil cuando surgió la mensajería de texto en el mercado de las telecomunicaciones en Venezuela a principio del año 2002. Posteriormente, al cierre del año 2008 la demanda de este servicio se incrementó significativamente un 328%, al ubicarse en 28.123.570.

Considerando la evolución anual de suscriptores, se observa en el Gráfico 5, para el año 2002 el crecimiento fue de tan solo 2,83% en comparación al año 2001, para estos años el crecimiento de la demanda en la telefonía móvil era bajo, el promedio de crecimiento trimestral era de aproximadamente 0,74% producto de la caída entre el II y III trimestre de 2002.

El año 2003 estuvo envuelto de dificultades sociales, políticas y económicas en Venezuela, sin embargo, esto no mermó la evolución de la telefonía móvil al incrementarse en un 7,23% el número de suscriptores, siendo el último trimestre del año el que mayor variación mostró.

A partir del año 2004 la tasa de crecimiento de la telefonía móvil se acelera considerablemente, al crecer un 20,04% con respecto al cierre del año inmediato anterior. Ver Gráfico 6.

Los años 2005 y 2006 son considerados los años de mayor auge para la telefonía móvil, visto el asombroso crecimiento mostrado, para el año 2005 inició con 8.420.980 suscriptores y cerró con 12.495.721, lo que representa un adición del 48,39% mientras que el año 2006 culminó con 18.789.466 suscriptores, es decir, 50,37% de nuevas líneas.

Los siguientes tres años representados en los Gráficos 7 y 8, se evidencia una desaceleración en la tasa de crecimiento, el año 2007 el incremento resultó en 26,77% al cerrar el año con 23.820.133,

posteriormente, el año 2008 se contaba con 3.594.244 nuevos registros, lo que se traduce en un incremento del 15,09% con respecto al año inmediato anterior y por último, el año 2009 la tasa resultó la más baja del período en estudio, al cerrar en 2,59% cuando cerró con un total de 28.123.570 suscriptores .

El número de suscriptores publicados por las fuentes oficiales, representan el total de líneas activas que posee cada una de las operadoras, las cuales han mostrado tráfico entrante o saliente en los 6 meses anteriores al termino de cada trimestre, es decir, que un usuario puede poseer más de 1 línea activa, pero no necesariamente en uso, lo que indica la existencia de una utilización no eficiente de un recurso limitado muy importante como es la numeración²⁰.

La operadora estatal venezolana Movilnet al cierre del año 2009, lideraba el mercado de telefonía móvil, con una cuota aproximada de 11.530.664 suscriptores lo que en términos porcentuales representan el 41%, al cierre del año 2009, seguida por Movistar, segunda operadora más grande de telecomunicaciones del país, concentrando 10.968.192 suscriptores de telefonía móvil aproximadamente, lo que en términos porcentuales se traduce en un 39%, y por último, Digitel, quien concentra el 20% de los suscriptores restantes, es decir, 5.624.714 abonados.

²⁰ El Reglamento sobre la Prestación de los Servicios de Telecomunicaciones publicado en Gaceta Oficial N° 34.975 de fecha 1 de junio de 1992 establece en el Artículo 21: "Transcurrido sesenta (60) días desde la fecha de vencimiento de la facturación del servicio sin que se hubiere efectuado el pago, el Operador podrá rescindir unilateralmente el Contrato de Servicio y proceder el retiro de las instalaciones de su propiedad, quedando sin efecto el derecho de suscripción. El Operador podrá ejercer parcialmente su derecho a dar por terminado el contrato, mediante la restricción progresiva del acceso del Abonado a los diferentes servicios."

5.4 Servicio de Mensajería de Texto

Las empresas operadoras de telefonía móvil registraron en el año 2009, un total de 64.839.962 mensajes de texto, siendo el 30,04% enviado entre la misma operadora y el 57,87% enviado desde una operadora con destino a otra. (Ver Tabla 1)

La principal variante para el incremento tan vertiginoso de la telefonía móvil han sido las grandes ofertas de nuevos equipos terminales y planes de servicios, así como de equipos de tercera generación que combinan el consumo de tráfico telefónico y la mensajería de texto, además de otros recursos multimedia.

Observando en el Gráfico 11 el tráfico de mensajes de texto promedio por usuario, encontramos que al cierre del IV trimestre de 2009, un suscriptor envió 583 mensajes de texto, mientras que el tráfico de minutos en promedio resultó de 302 minutos, lo que indica que por cada minuto hablado, se enviaron 1,93 mensajes de texto.

Ésta tendencia se enmarca en el proceso de sustitución de los usuarios, a incrementar el envío de mensajes de texto en comparación con la duración en las llamadas de voz, motivado principalmente a la diferencia del costo unitario del minuto y del SMS.

5.4.1 Paquetes Ofrecidos de Mensajería de Texto

Las operadoras de telefonía móvil en Venezuela, ofrecen los servicios de mensajería de texto a través de paquetes o combos, contentivos con beneficios adicionales, como por ejemplo, el valor del SMS más económico, SMS adicionales gratis y muchas otras más.

En las Tablas 3, 4 y 5 se detallan los planes ofrecidos por las operadoras de Servicios de Telefonía Móvil en Venezuela.

5.4.2 Evolución Del Precio

5.4.2.1 Precio Nominal del Servicio

De acuerdo a la información recabada en la CONATEL, referente al histórico del precio de la mensajería de texto desde sus inicios, en la tabla 5 se observa una evolución estable a lo largo del tiempo.

En el Gráfico 12, el precio del mensaje de texto ha sido ajustado al alza en promedio en un 171,26% desde el III trimestre de 2008, visto individualmente, la operadora que ha realizado un mayor incremento es, Digitel con 218%, seguido por Movistar en un 168% y por último Movilnet en 123%.

Al comparar las variaciones del precio promedio ponderado con el índice de precios al consumidor del Área Metropolitana de Caracas, se observa que los ajustes correspondientes al precio del SMS es considerablemente mayor al IPC Comunicaciones, registrando un aumento acumulado del 111,4%.

5.4.2.2 Precio Promedio Ponderado

a) Supuestos Establecidos

Dada la semejanza en la comercialización del servicio entre las operadoras, se establecen los siguientes supuestos, reflejando la uniformidad de las características de todas las operadoras, para determinar un precio único que logre explicar el comportamiento de precios del servicio.

- Valor nominal del mensaje de texto (Precio Marginal).
- El porcentaje de distribución de los suscriptores de telefonía móvil se estimó al IV trimestre de 2008, en función de la información declarada por algunas de las operadoras en distintos medios de comunicación,

sin embargo, no se utilizan los valores reales por ser una información confidencial.

b) Limitaciones en la medición del Valor del Mensaje de Texto

El consumo del celular tiene características que hacen particularmente difícil la estimación de la función de la demanda:

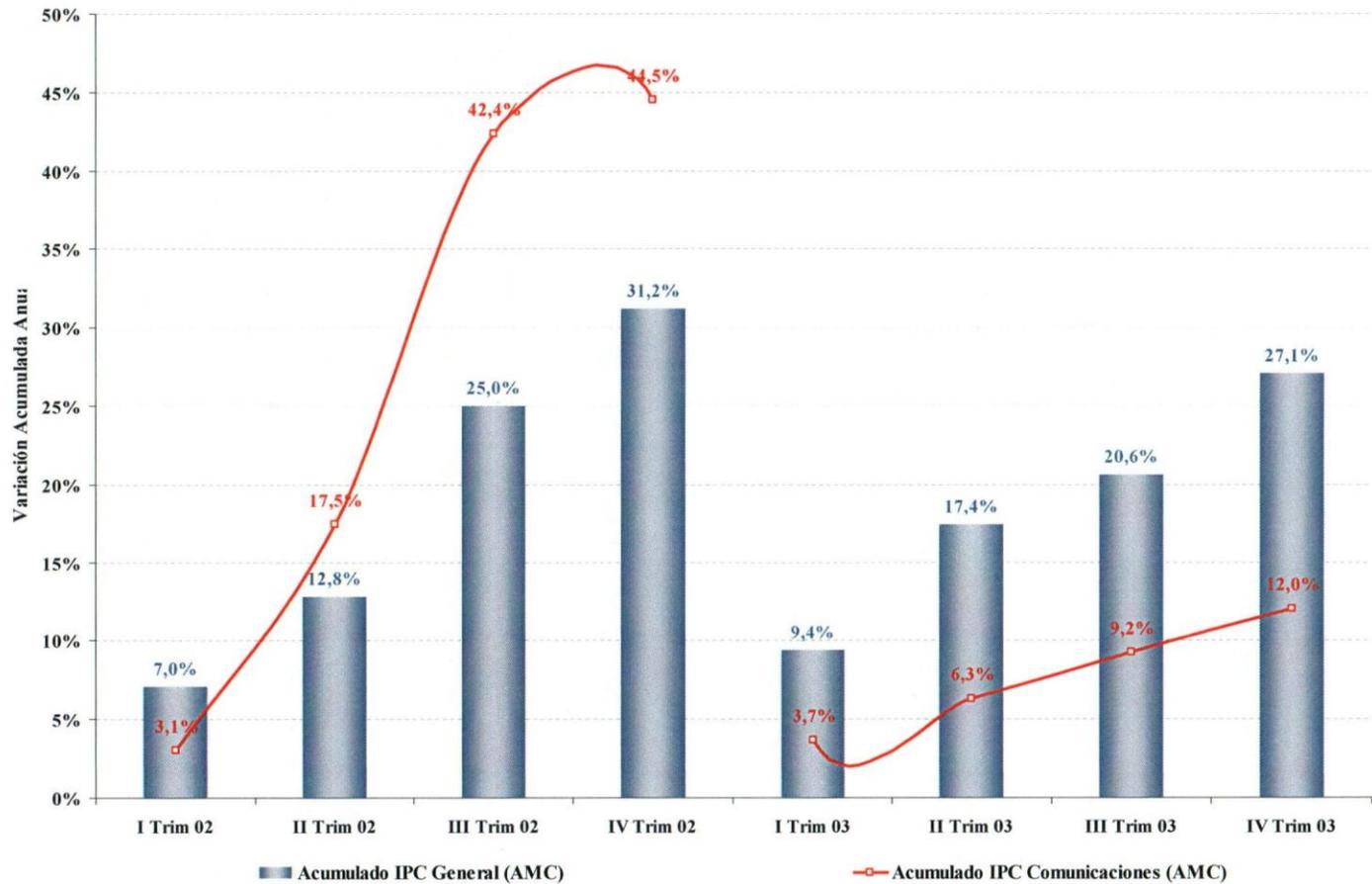
- *Precios no lineales.* Ante la presencia de precios no lineales, una simple relación entre consumo y precios promedios por SMS genera un parámetro que refleja la estructura de descuento tarifario y no necesariamente la respuesta de los consumidores ante cambios en precios.
- *Confidencialidad de la información.* Es una de las principales características del sector, debido a los altos niveles de competencia. Es prácticamente imposible encontrar datos e incluso literatura que explique el servicio de telefonía móvil venezolano, así como datos estadísticos reales de la situación actual las operadoras de telecomunicaciones.

5.5 Estimación del Índice Herfindahl e Índice Herfindahl Normalizado

Visto los resultados obtenidos en los análisis del Índice Herfindahl e Índice Herfindahl Normalizado se obtuvo 0,3602 y 0,0403 respectivamente, por lo que se concluye la no existe concentración económica del mercado de la telefonía móvil en la prestación del servicio de mensajería de texto en Venezuela, siendo un factor de vital importancia para la decisión gubernamental de aplicar una regulación económica.

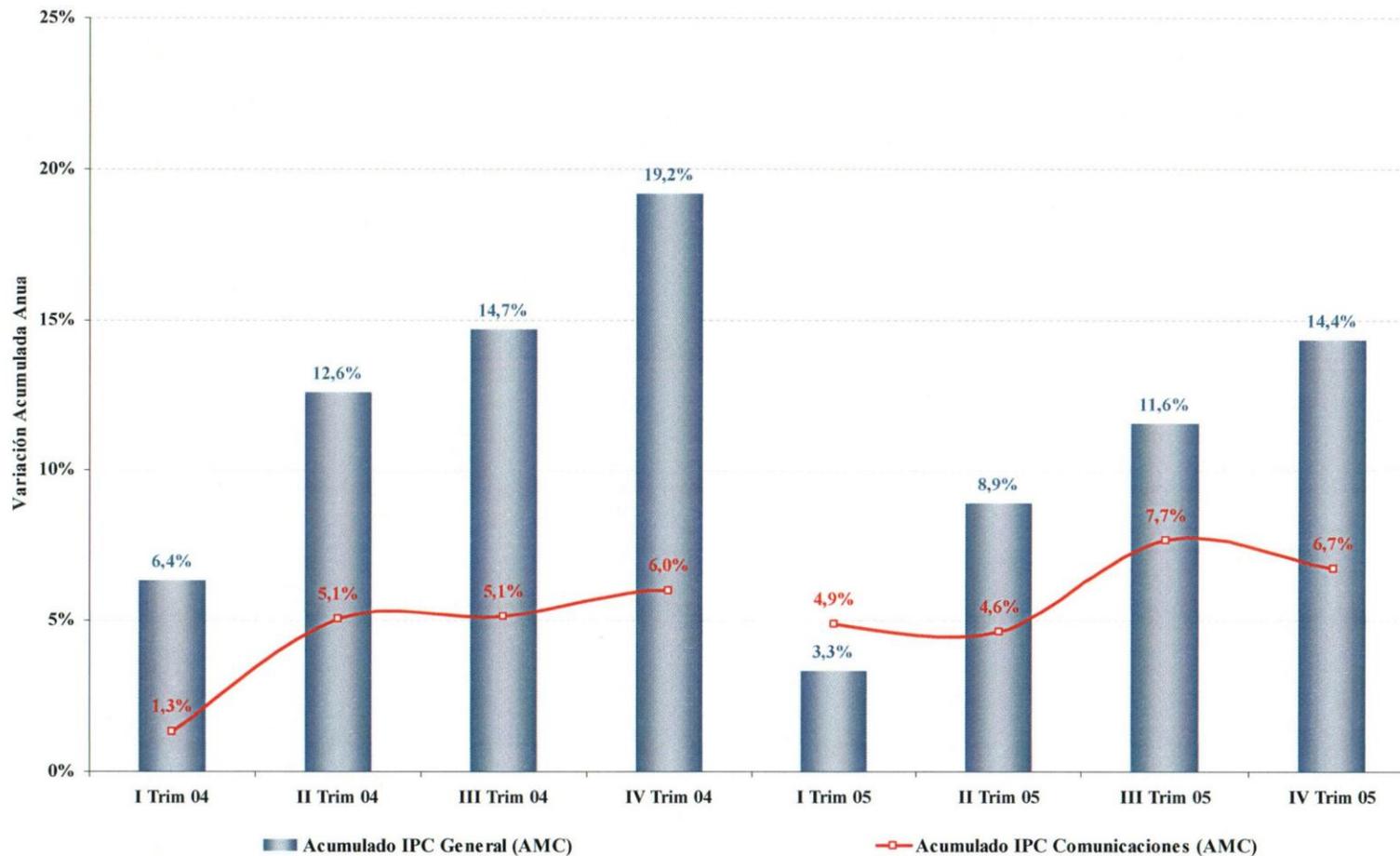
ANEXOS

**Gráfico 1. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor
Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones)
I Trimestre 2001 – IV Trimestre 2003**



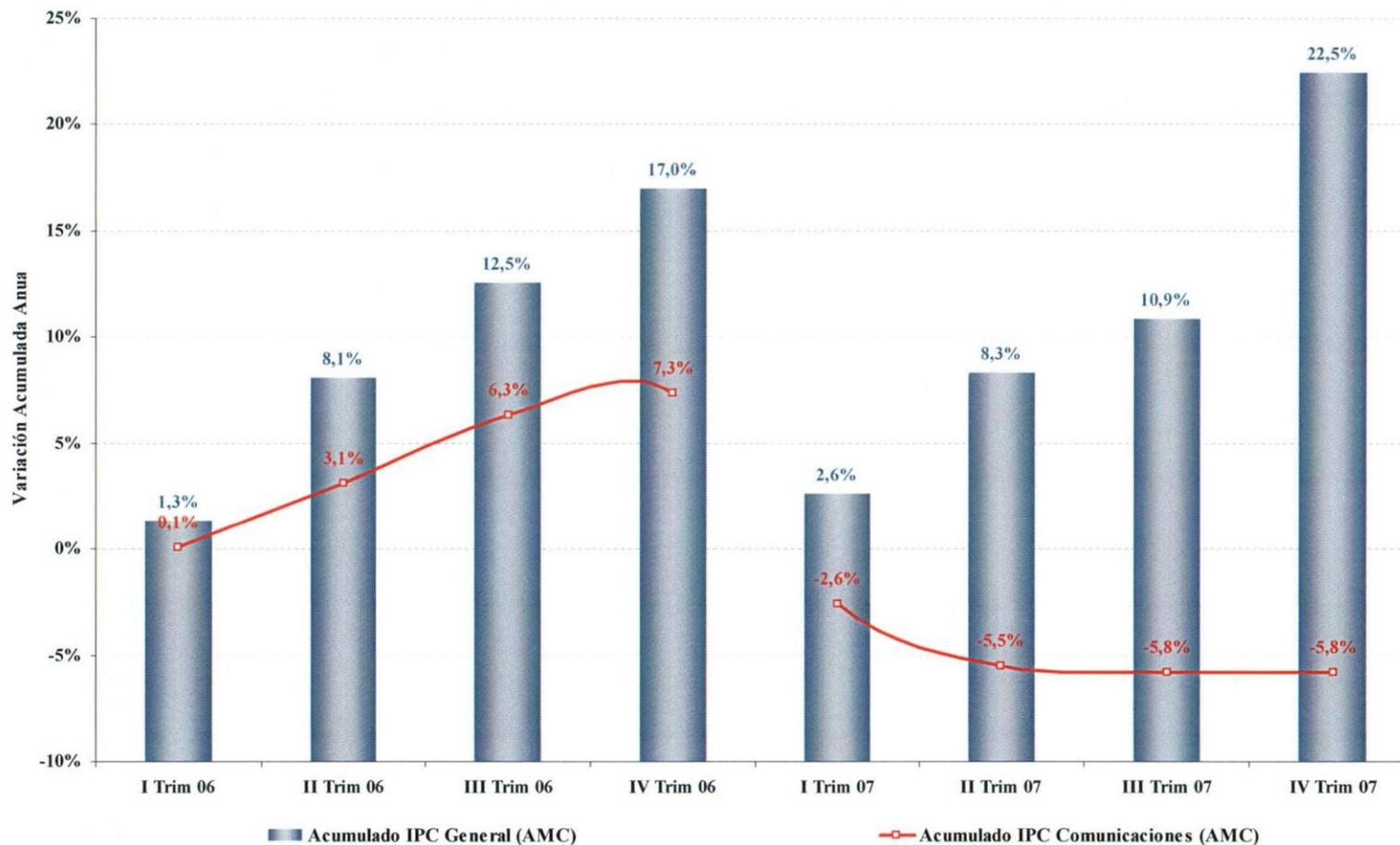
Fuente: Página Web del Banco Central de Venezuela. Tomado el 06 de junio de 2010. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>. / Cálculos Propios.

**Gráfico 2. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor
Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones)
I Trimestre 2004 – IV Trimestre 2005**



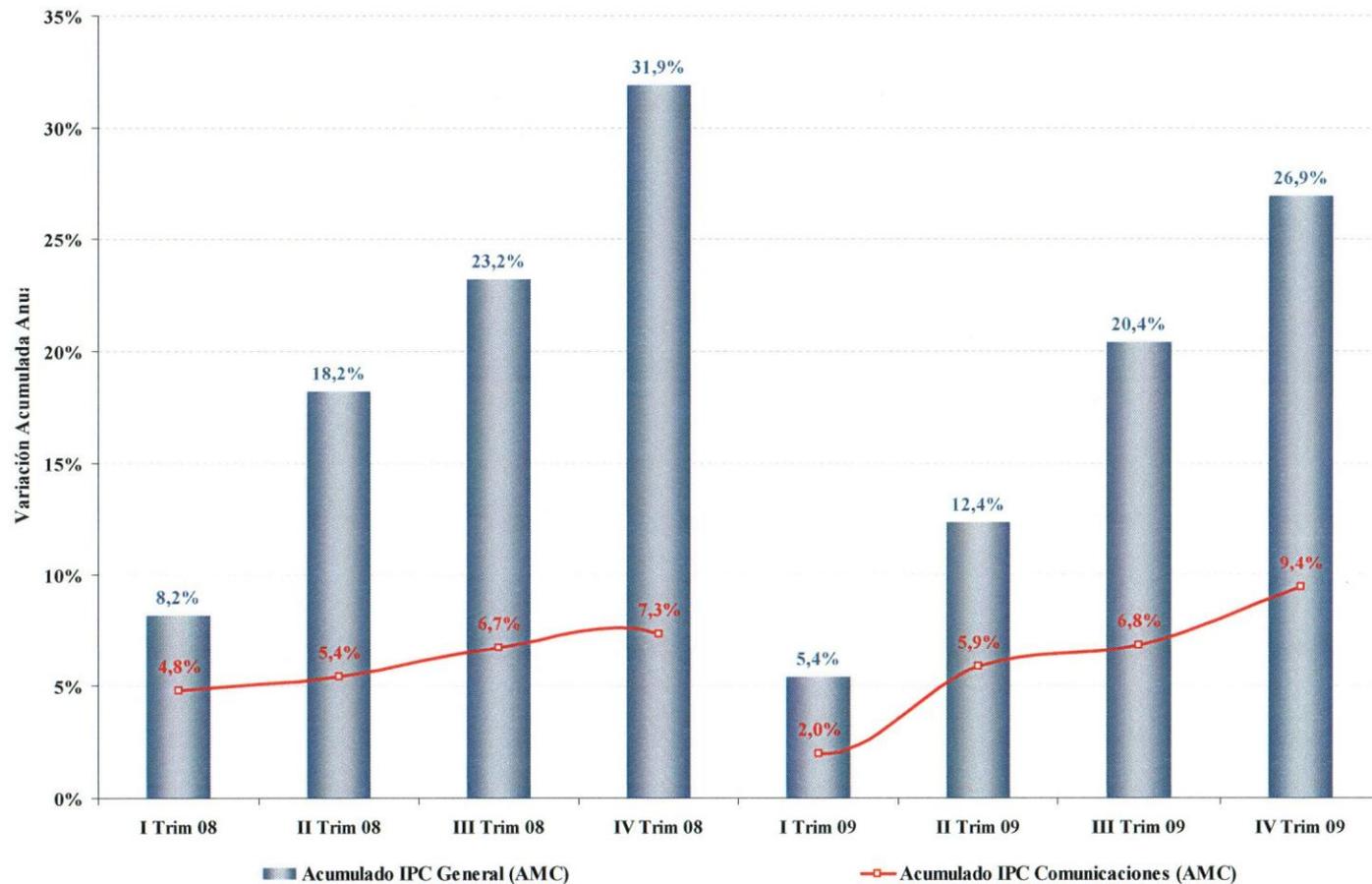
Fuente: Página Web del Banco Central de Venezuela. Tomado el 06 de junio de 2010. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>. / Cálculos Propios.

**Gráfico 3. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor
Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones)
I Trimestre 2006 – IV Trimestre 2007**



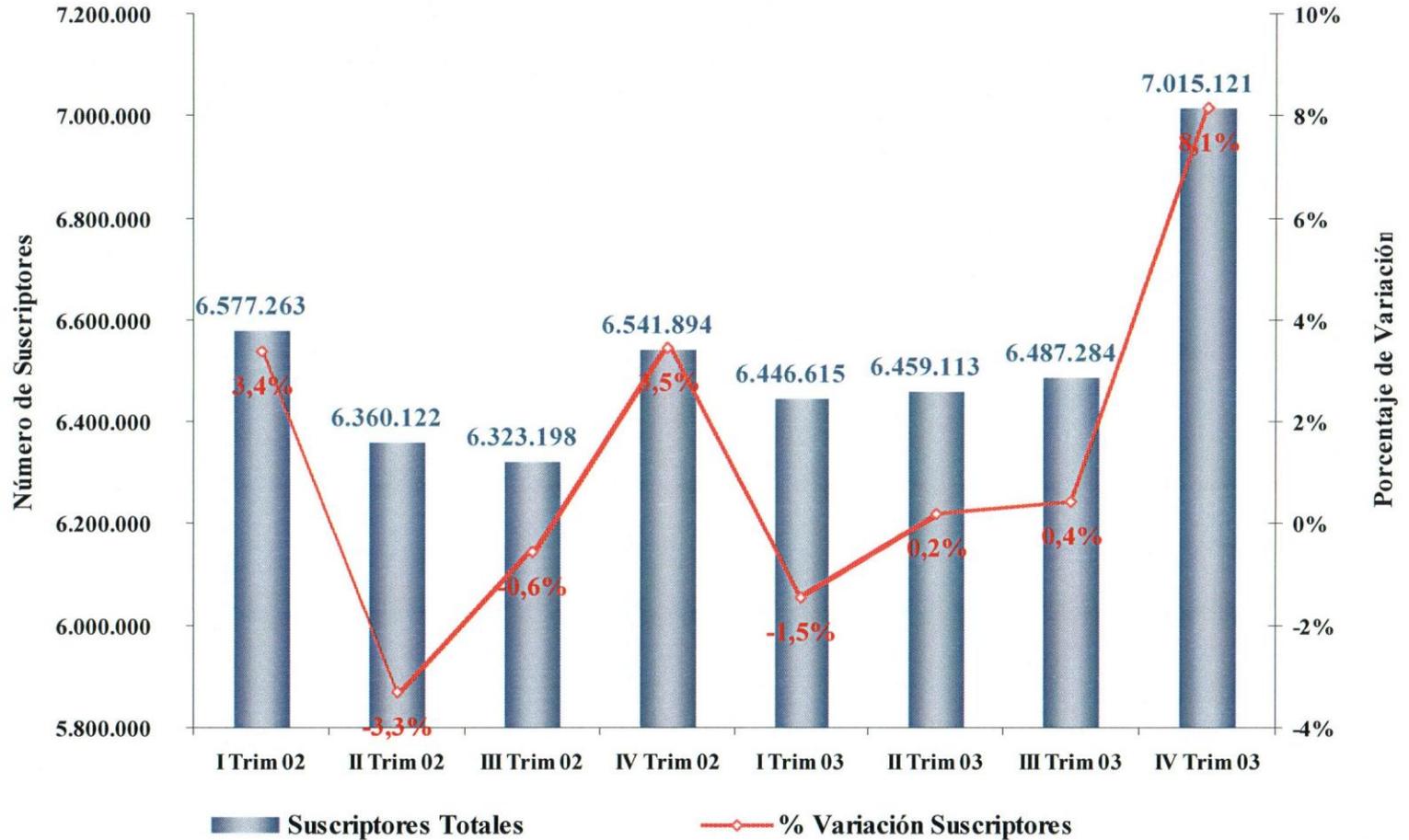
Fuente: Página Web del Banco Central de Venezuela. Tomado el 06 de junio de 2010. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp/> Cálculos Propios.

**Gráfico 4. Evolución Acumulada del Índice de Precios al Consumidor
Área Metropolitana de Caracas (General y Comunicaciones)
I Trimestre 2008 – IV Trimestre 2009**



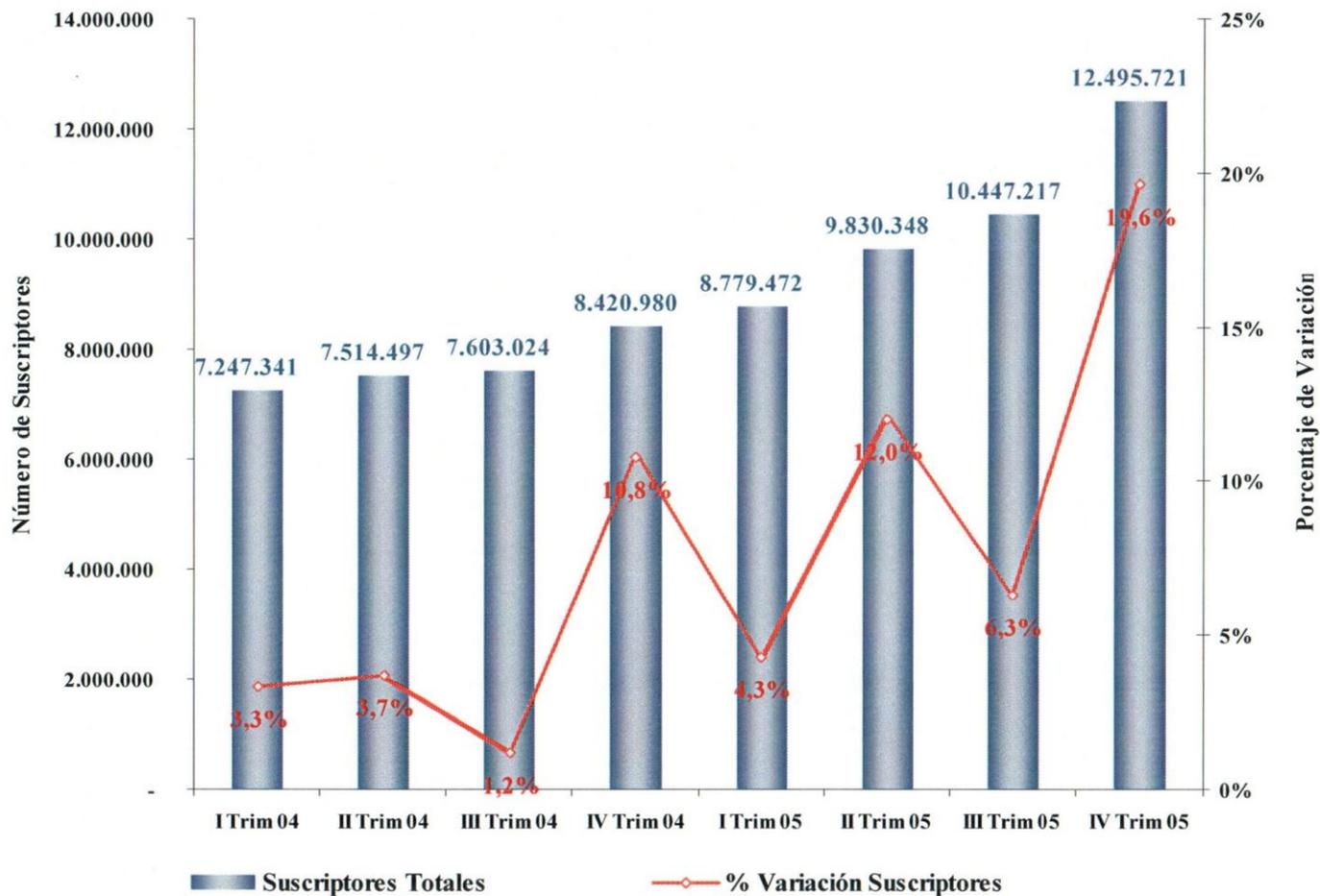
Fuente: Página Web del Banco Central de Venezuela. Tomado el 06 de junio de 2010. <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp/> Cálculos Propios.

**Gráfico 5. Suscriptores de Telefonía Móvil
I Trimestre de 2002 – IV Trimestre de 2003**



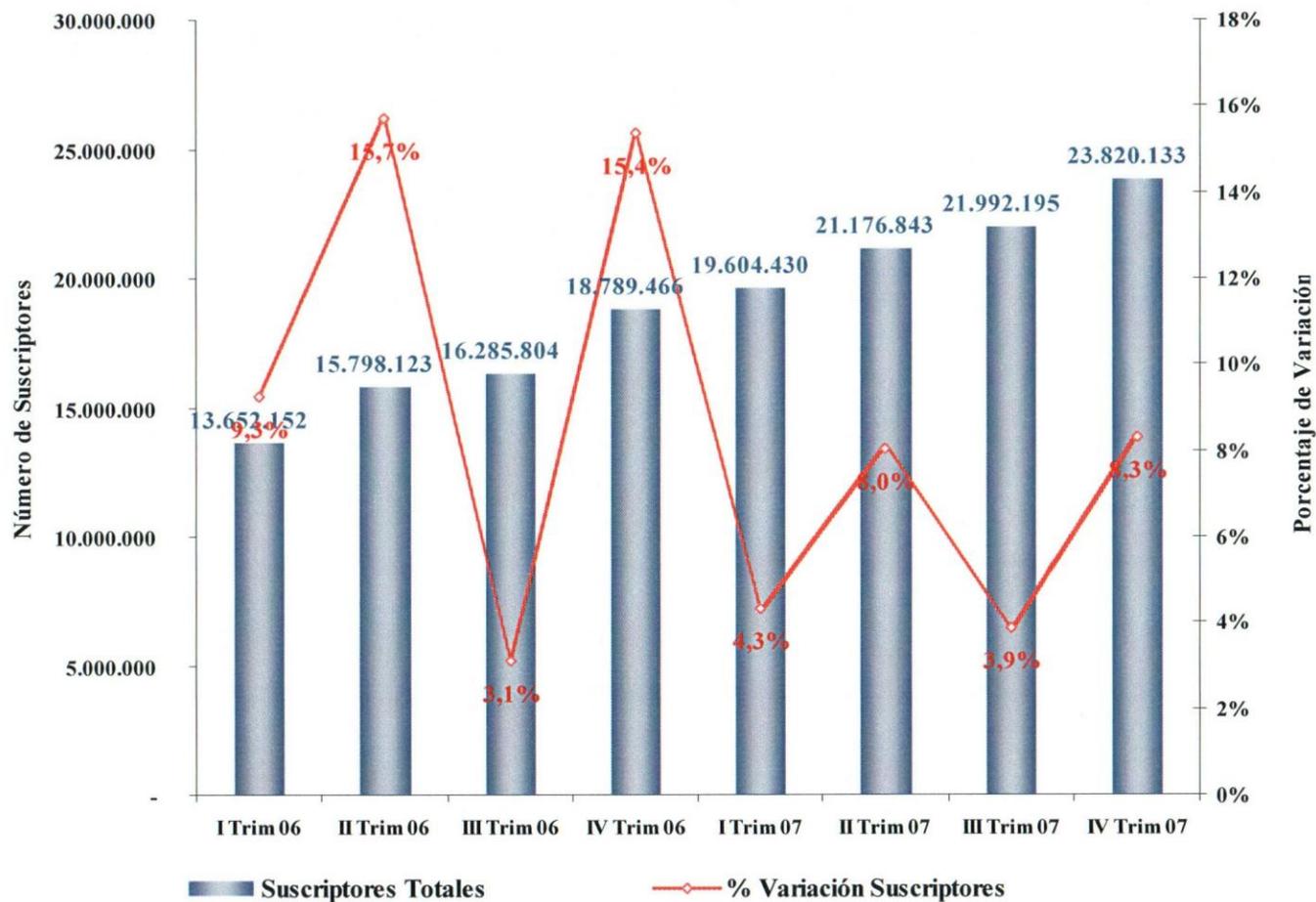
Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010
http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL_%201%20trim%202010.pdf / Cálculos propios.

**Gráfico 6. Suscriptores de Telefonía Móvil
I Trimestre de 2004 – IV Trimestre de 2005**



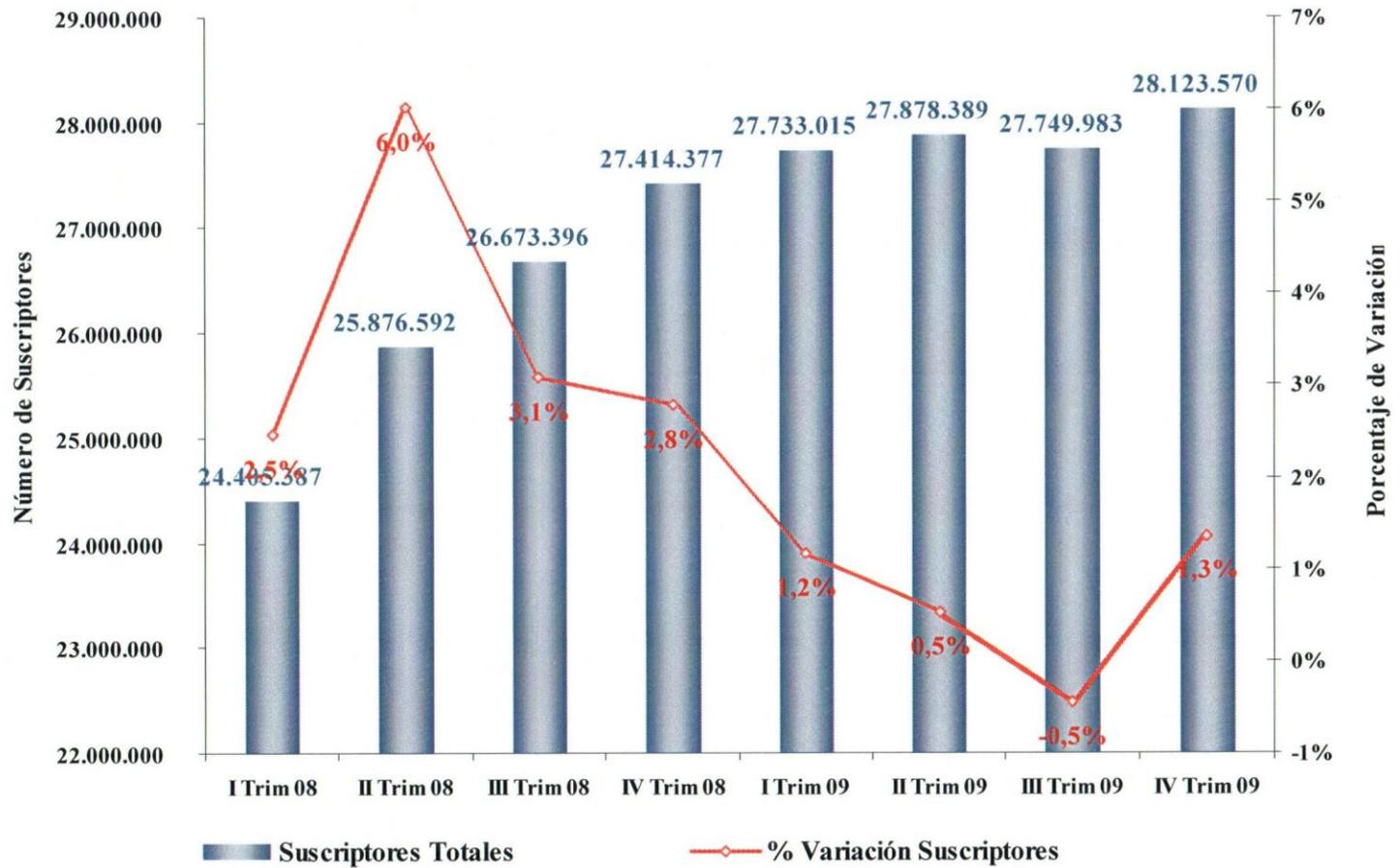
Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010
http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL_%201%20trim%202010.pdf / Cálculos propios.

**Gráfico 7. Suscriptores de Telefonía Móvil
I Trimestre de 2006 – IV Trimestre de 2007**



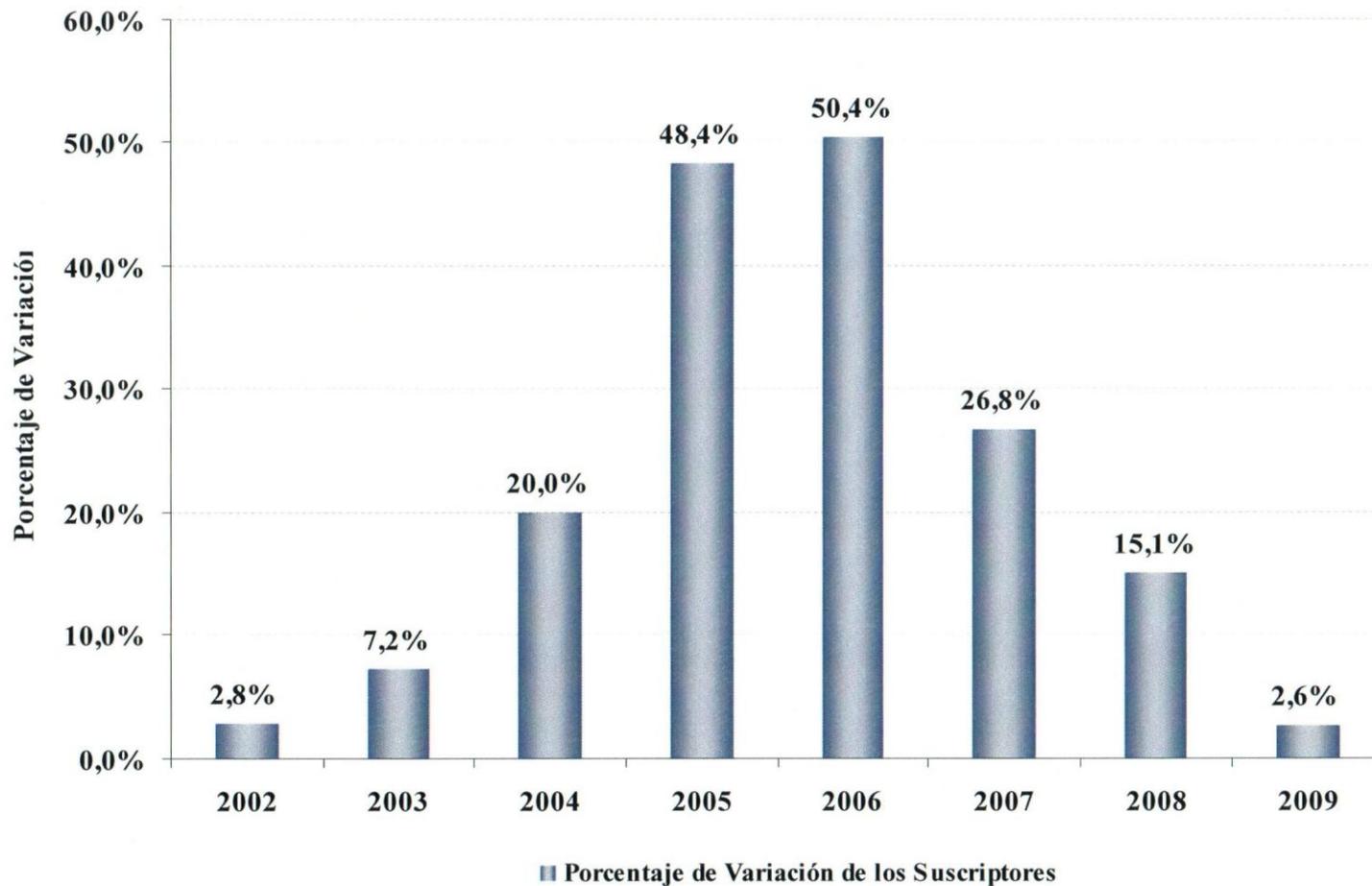
Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010
http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL_%201%20trim%202010.pdf / Cálculos propios.

**Gráfico 8. Suscriptores de Telefonía Móvil
I Trimestre de 2008 – IV Trimestre de 2009**



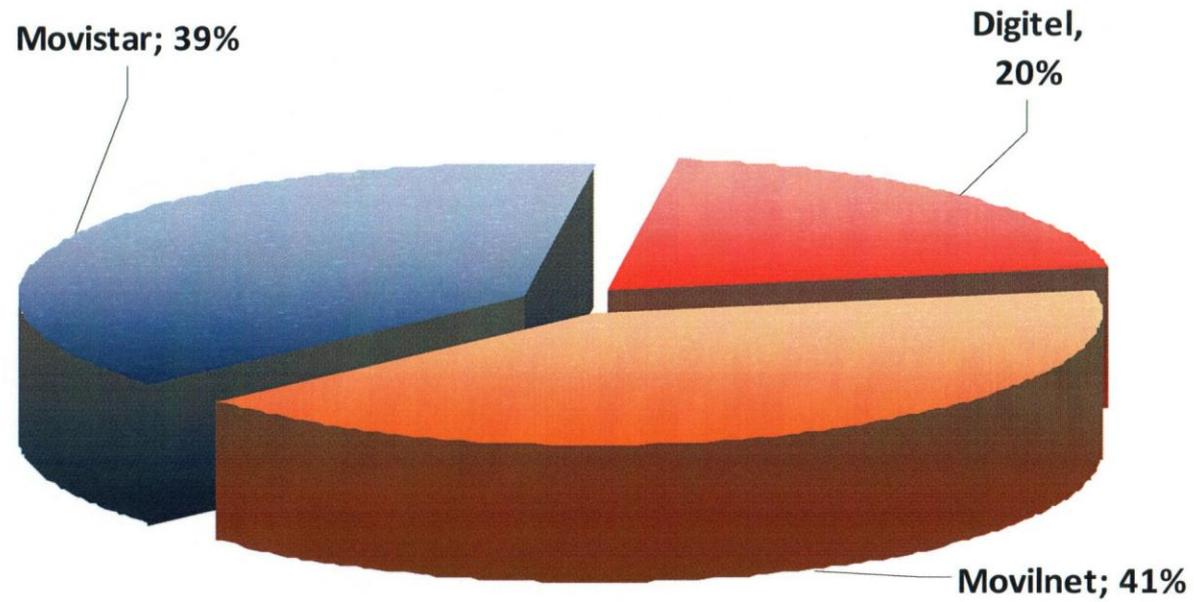
Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010
http://conatel.gov.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL_%20I%20trim%202010.pdf / Cálculos propios.

**Gráfico 9. Variación Anual de los Suscriptores de Telefonía Móvil
Período 2002 – 2009**



Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 01 de noviembre de 2009
http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL2_%20I%20trim%202010.pdf / Cálculos Propios

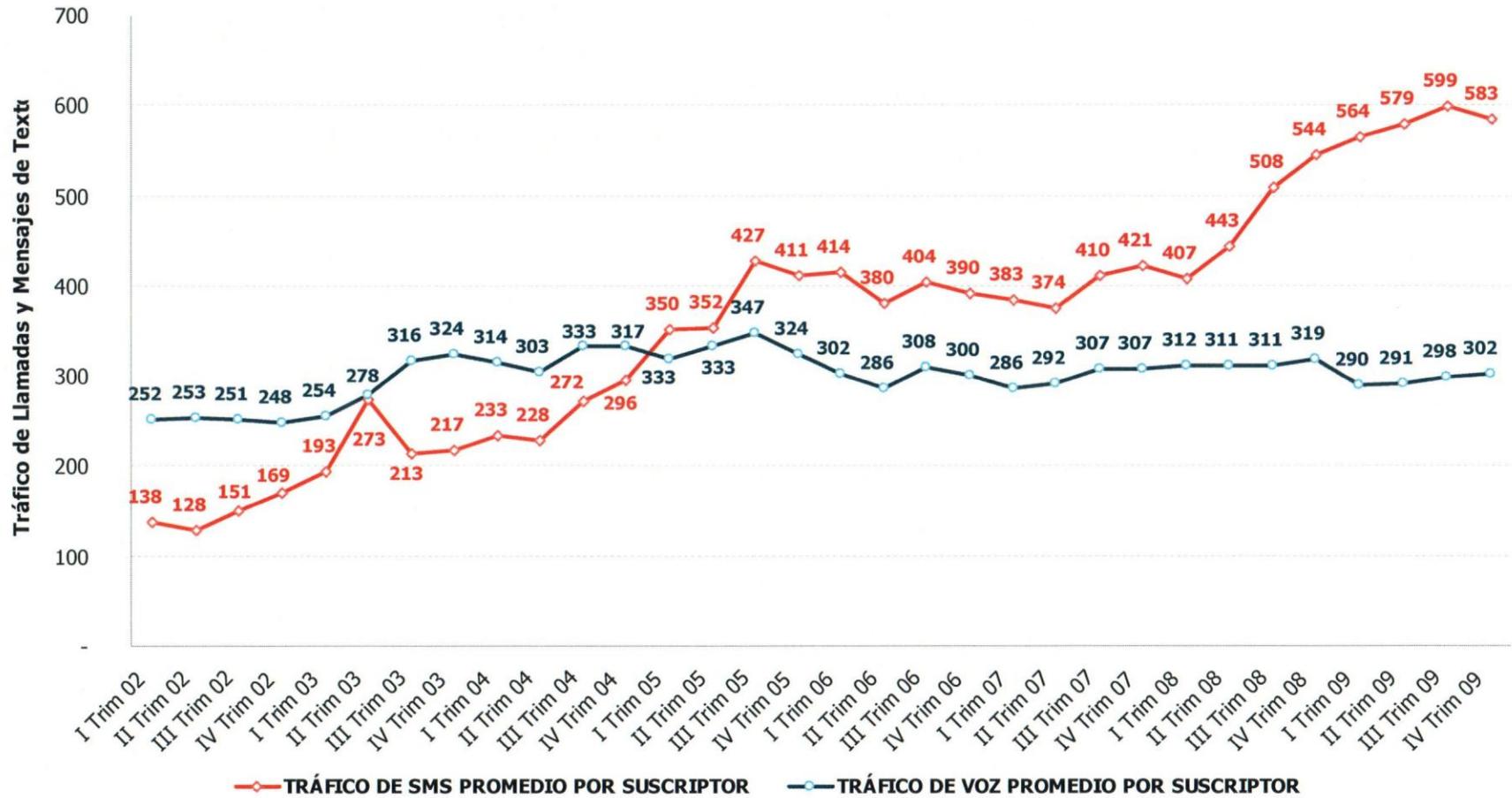
Gráfico 10. Distribución Estimada del Mercado al IV Trimestre de 2009



Fuente: Estimaciones propias del investigador²¹

²¹ Basada en las declaraciones emitidas por alguna de las operadoras del número de clientes suscritos al cierre del año 2009. Esta información es considerada por la CONATEL como confidencial, por lo que los valores reales no pueden ser mostrados en la presente investigación.

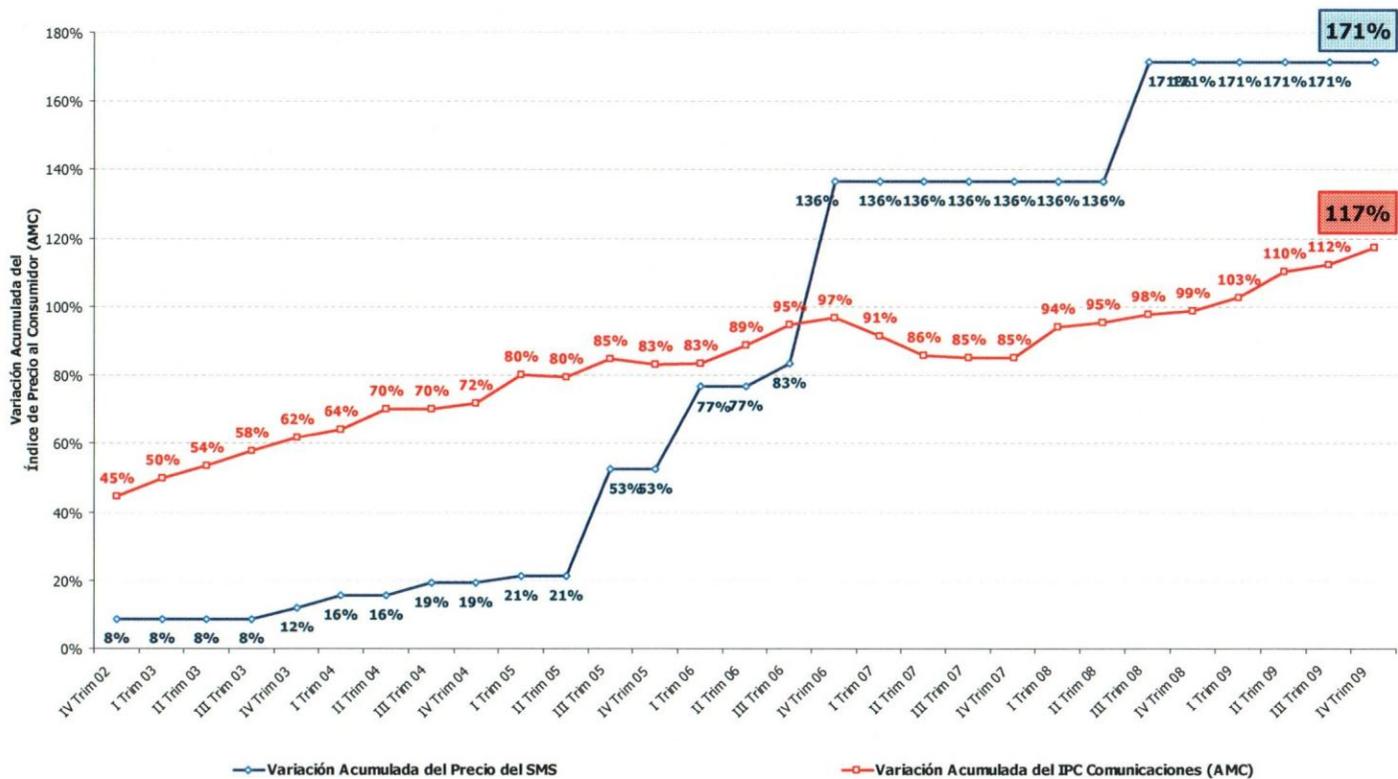
Gráfico 11. Tráfico Promedio por Suscriptor de SMS y VOZ



Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010

http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL_%20%20trim%202010.pdf / Cálculos Propios del Investigador.

**Gráfico 12. Comparativo de los ajuste del IPC
Área Metropolitana de Caracas en el Sector Comunicaciones y Precio Promedio Ponderado del SMS**



Fuente: Cálculos Propios del Investigador²²

²² Los datos utilizados para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor del Área Metropolitana de Caracas en el sector Comunicaciones fueron tomados de la Página Web <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp> el día 06 de octubre de 2009, los cuales permitieron a los investigadores realizar un empalme de las series estadísticas del IPC Comunicaciones, con año base 1997 y el año base 2007, a fin de evaluar la serie completa con los ajustes acumulados en el período en estudio.

**Tabla 1. Mensajes Enviados Intrared y Otras Redes
2002 – 2009**

AÑO	SMS INTRARED	SMS OTRAS REDES	TOTAL SMS ENVIADOS
2002	3.241.253	544.236	3.785.489
2003	4.329.545	1.581.463	5.911.008
2004	5.186.047	2.773.048	7.959.095
2005	9.955.277	6.170.490	16.125.767
2006	15.501.770	10.057.333	25.559.103
2007	19.781.370	14.695.796	34.477.166
2008	28.840.859	21.020.874	49.861.733
2009	36.617.046	28.222.916	64.839.962

Fuente: Página Web Oficial de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Tomado el 06 de junio de 2010

http://conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores_2010_trimestral/TELEFONIA_MOVIL3_%20I%20trim%202010.pdf

Tabla 2. Planes ofrecidos por la operadora MOVILNET

Planes de Mensajería	Renta Básica	Mensaje Adicional	Mensajes Incluidos
Ilimitado	23.58	0.01768	0
Paquete 300	11.79	0.16211	300
Sin Suscripción	0.00	0.16211	0

Fuente: Página Web Oficial de Movilnet. Tomado el 01 de junio de 2009
<http://www.movilnet.com.ve/sitio/>

Tabla 3. Planes ofrecidos por la operadora MOVISTAR

Planes de Mensajería	Renta Básica	Mensaje Adicional	Mensajes Incluidos
Básico	13.03	0,1644	150
Por Uso	0	0,1644	0
Escribe Pegado	27.23	0,02158	0

Fuente: Página Web Oficial de Movistar. Tomado el 01 de junio de 2009
http://www.movistar.com.ve/tarifas/tcelular/servagre.asp#sms_renta

Tabla 4. Planes ofrecidos por la operadora DIGITEL

Planes de Mensajería	Renta Básica	Mensaje Adicional	Mensajes Incluidos
PREPAGO			
Xcribe Full 300	15.00		300
Xcribe Full 700	30.00		700
Sin Suscripción	25.00	0.02	0

Planes de Mensajería	Renta Básica	Mensaje Adicional	Mensajes Incluidos
POSPAGO			
Plan 100 SMS	9.50	0.16	100
Plan 250 SMS	9.50	0.16	250
Plan 400 SMS	19.04	0.16	400
Plan 600 SMS	25.56	0.16	600
Plan 1000 SMS	33.60	0.0336	1000
Plan 2000 SMS	56.00	0.01904	2000

Fuente: Página Web Oficial de Digitel. Tomado el 01 de junio de 2009

Para los planes PREPAGO:

[http://www.digitel.com.ve/Secciones/Persona_Detalle.aspx?level=18&Seccion=210&Menu=A0\\$8¬i=65](http://www.digitel.com.ve/Secciones/Persona_Detalle.aspx?level=18&Seccion=210&Menu=A0$8¬i=65)

Para los planes POSTPAGO:

[http://www.digitel.com.ve/Secciones/Persona_Detalle.aspx?level=18&Seccion=185&Menu=A1\\$8¬i=27](http://www.digitel.com.ve/Secciones/Persona_Detalle.aspx?level=18&Seccion=185&Menu=A1$8¬i=27)

Tabla 5. Histórico del precio nominal del mensaje de texto por operadora

AÑO	TRIMESTRE	MOVISTAR (Bs.F.)	DIGITEL (Bs.F.)	MOVILNET (Bs.F.)
2002	I Trim 02	-	-	-
	II Trim 02	-	-	-
	III Trim 02	0,0650	0,0400	0,0650
	IV Trim 02	0,0650	0,0520	0,0650

AÑO	TRIMESTRE	MOVISTAR (Bs.F.)	DIGITEL (Bs.F.)	MOVILNET (Bs.F.)
2003	I Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650
	II Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650
	III Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650
	IV Trim 03	0,0650	0,0520	0,0750
2004	I Trim 04	0,0650	0,0520	0,0850
	II Trim 04	0,0650	0,0520	0,0850
	III Trim 04	0,0650	0,0520	0,0950
	IV Trim 04	0,0650	0,0520	0,0950
2005	I Trim 05	0,0650	0,0520	0,1000
	II Trim 05	0,0650	0,0520	0,1000
	III Trim 05	0,1010	0,0520	0,1130
	IV Trim 05	0,1010	0,0520	0,1130
2006	I Trim 06	0,1180	0,0520	0,1450
	II Trim 06	0,1180	0,0520	0,1450
	III Trim 06	0,1270	0,0520	0,1450
	IV Trim 06	0,1270	0,1270	0,1450
2007	I Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450
	II Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450
	III Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450
	IV Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450

AÑO	TRIMESTRE	MOVISTAR (Bs.F.)	DIGITEL (Bs.F.)	MOVILNET (Bs.F.)
2008	I Trim 08	0,1270	0,1270	0,1450
	II Trim 08	0,1270	0,1270	0,1450
	III Trim 08	0,1740	0,1270	0,1450
	IV Trim 08	0,1740	0,1270	0,1450
2009	I Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450
	II Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450
	III Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450
	IV Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450

Fuente: División de Políticas Tarifarias y Asuntos Económicos (Archivos)²³. Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)

²³ La Ley Orgánica de Telecomunicaciones establece en el Artículo 15, numeral 5 lo siguiente: "Las operadoras de servicios de telecomunicaciones, debidamente acreditados, tienen los deberes siguientes: 5. Publicar los precios máximos de los servicios que prestan a los usuarios, con por lo menos quince días de antelación a su entrada en vigencia, en diarios que tengan mayor circulación en el área geográfica en la que actúan o, en su defecto, en diarios de circulación nacional, así como notificar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, dentro de este plazo, los precios máximos de los servicios antes señalados" (Subrayado del Investigador).

Tabla 6. Precio Promedio Ponderado Estimado del SMS
I trimestre de 2002 – IV trimestre de 2009

AÑO	TRIMESTRE	MOVISTAR (Bs.F.)	DIGITEL (Bs.F.)	MOVILNET (Bs.F.)	PRECIO PROMEDIO PONDERADO (Bs.F)
2002	I Trim 02	-	-	-	-
	II Trim 02	-	-	-	-
	III Trim 02	0,0650	0,0400	0,0650	0,0553
	IV Trim 02	0,0650	0,0520	0,0650	0,0599
2003	I Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650	0,0599
	II Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650	0,0599
	III Trim 03	0,0650	0,0520	0,0650	0,0599
	IV Trim 03	0,0650	0,0520	0,0750	0,0619
2004	I Trim 04	0,0650	0,0520	0,0850	0,0639
	II Trim 04	0,0650	0,0520	0,0850	0,0639
	III Trim 04	0,0650	0,0520	0,0950	0,0659
	IV Trim 04	0,0650	0,0520	0,0950	0,0659
2005	I Trim 05	0,0650	0,0520	0,1000	0,0669
	II Trim 05	0,0650	0,0520	0,1000	0,0669
	III Trim 05	0,1010	0,0520	0,1130	0,0843
	IV Trim 05	0,1010	0,0520	0,1130	0,0843

AÑO	TRIMESTRE	MOVISTAR (Bs.F.)	DIGITEL (Bs.F.)	MOVILNET (Bs.F.)	PRECIO PROMEDIO PONDERADO (Bs.F)
2006	I Trim 06	0,1180	0,0520	0,1450	0,0977
	II Trim 06	0,1180	0,0520	0,1450	0,0977
	III Trim 06	0,1270	0,0520	0,1450	0,1014
	IV Trim 06	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
2007	I Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
	II Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
	III Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
	IV Trim 07	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
2008	I Trim 08	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
	II Trim 08	0,1270	0,1270	0,1450	0,1306
	III Trim 08	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499
	IV Trim 08	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499
2009	I Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499
	II Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499
	III Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499
	IV Trim 09	0,1740	0,1270	0,1450	0,1499

Fuente: División de Políticas Tarifarias y Asuntos Económicos (Archivos). Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) / Cálculos Propios del Investigador.

Tabla 7. Cálculo del Índice Herfindahl

Operadoras	Cuota de Mercado	Proporción
Movilnet	41%	0,1681
Movistar	39%	0,1521
Digitel	20%	0,0400
Índice Herfindahl		0,3602

Fuente: Cálculos Propios del Investigador

Tabla 8. Cálculo del Índice Herfindahl Normalizado

Variables	
H	0,3602
n	3
HN	0,0403

Fuente: Cálculos Propios del Investigador

CONCLUSIÓN

Al concluir con el análisis de los resultados obtenidos, quedó demostrado que las necesidades de comunicación de los usuarios a través de distintos métodos de comunicaciones en la telefonía móvil cada vez son mayores, el constante crecimiento del tráfico en consumo, y en el caso específico, la mensajería corta de texto ha logrado situarse en una zona privilegiada dentro de los mecanismos de transmisión de información en Venezuela.

- Al hacer un análisis detallado de cómo se han comportado las principales variables macroeconómicas, se observa que Venezuela representa un país con altos niveles inflacionarios, con crecimientos promedio trimestrales de 5,47% en el Índice General de Precios al Consumidor, lo que conlleva a un encarecimiento de todos los bienes y servicios a los cuales hacen uso los individuos para cubrir las necesidades. Al observar los resultados del sector de las comunicaciones, dentro del cual se mide el servicio que es objeto de análisis en la investigación, el promedio de crecimiento trimestral de los precios en el sector es de 2,54%, a un ritmo considerablemente menor al mostrado por el índice general, lo cual indica que éste sector es relativamente estable con relación al promedio general de otros servicios de la canasta, permitiendo además establecer el rango de ajuste en el que deberían estar situando el precio de la mensajería de texto, evidenciándose que el precio ha sido ajustado en un 171% desde el año 2002 en comparación con el 117% de ajuste del índice general en las comunicaciones.
- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establece que el Estado adoptará las medidas que fueran necesarias para evitar los efectos nocivos y restrictivos del monopolio, del abuso de la posición de dominio y de las demandas concentradas de manera que se proteja al público consumidor, productores y el aseguramiento de condiciones

efectivas de competencia, el cual se afianza con lo establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones del año 2000, estableciendo que los operadores tienen el libre derecho de fijar los precios de sus servicios, exceptuando a aquellas empresas que presenten servicios de carácter Universal y aquellas que gocen de una posición de dominio dentro del mercado, lo que lleva a concluir que el Estado es garante del cumplimiento de las condiciones que permitan un óptimo desempeño de la economía resguardando los intereses de los usuarios, de las empresas participantes dentro del sector y de aquellas empresas o sectores que pudiesen ser afectadas por desequilibrios en un mercado.

- El estudio realizado permite concluir la no existencia de un monopolio, ni de una posición de dominio por parte de alguna empresa en la prestación del servicio de la telefonía móvil en Venezuela, a través de la cual se permite el envío de mensajes cortos de texto, es decir, que no se evidencia que algún operador esté incrementando el precio del mensaje corto de texto, haciendo uso y abuso de una posición privilegiada.
- Considerando los resultados obtenidos, se concluye que la mensajería de texto es un mercado que no es sensible a una intervención económica a través de una regulación tarifaria, lo cual provocaría un desincentivo a los agentes competidores, en la adecuación y modernización de sus sistemas, permitiendo un mejor servicio de calidad y eficacia, capaz de ser atractivo a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, marcando sus elementos diferenciadores entre ellos, el precio del valor unitario del mensaje de texto o aquellos los paquetes que conglomeran un número finito de mensajes. Es por esto que, una regulación del precio de la mensajería de texto podría conllevar a un desequilibrio económico producto de la caída de la inversión en un sector que es considerado altamente cambiante, por las constantes evoluciones tecnológicas al que estamos sumergidos.

Es importante además resaltar que la presente investigación se realizó con la Ley Orgánica de Telecomunicaciones aprobada el 12 de junio de 2000, sin embargo, el 28 de diciembre de 2010 fue publicada en la Gaceta Oficial N° 6.015 una nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la cual no fue considerada en la resolución de la presente investigación, dado que resultaba extemporáneo la revisión de la normativa y las modificaciones correspondientes, dado el momento en que se culminó la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Barionuevo, A., & Lahera, E. (1998). *¿Qué hay de nuevo en las regulaciones? Telecomunicaciones, electricidad y agua en América Latina*. Buenos Aires: Eudeba-CLAD-Flacso.
- Farber, P. B. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Grupo Editorial Norma.
- Francés, A. (1993). *Aló Venezuela*. Caracas: CONATEL, Ediciones IESA.
- Gould, C. F. (1978). *Teoría Microeconómica*.
- Guevara, G. (1987). *Comentarios sobre la Teoría de Formación de los Precios*. Valencia, Carabobo: Universidad de Carabobo.
- Hardy, J. T. (2005). Fundamentos de Teoría Económica. En J. T. Hardy, *Fundamentos de Teoría Económica* (págs. 310 - 311). Caracas: Panapo.
- Jacqueline Farías, P. d. (Compositor). (2008). [Al Momento de Venezolana de Televisión, Intérprete] Caracas, Venezuela.
- Mankiw, G. (2004). *Principio de Economía* (3era ed.). Mc Graw Hill.
- Marshall, A. (1957). *Principio de Economía*. Madrid, España: Aguilar.
- Morvan, Y. (1976). *Economie Industrielle*. Francia: Presses Universitaires de France.
- Parkin, Michael (2004). Economía. (p. 202). México: Pearson Educación Inc.
- Roberto, S., Carlos, C., & Pilar, L. (1991). Metodología de la Investigación. (p. 505). Mexico: Mc Graw Hill.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Caracas: Citado por CABRAL.
- Stanton, E. y. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13 ed.). Mc Graw hill.
- Tamames, R. (1970). *La Lucha contra los Monopolios*. Madrid: Tecnos.

Van Dalen, Deobold & Mayer, W (1991). Manual de Técnica de la Investigación Educativa. Paidós Educador.

▪ **Referencias de Fuentes Impresas:**

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela publicada en Gaceta Oficial N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1.999.

Lineamientos para la Evaluación de las Operaciones de Concentración Económica. Gaceta Oficial de la República N° 36.819 del 1° de noviembre de 1999.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL), publicada mediante Gaceta Oficial N° 36.970 de fecha 12 de junio de 2.000

Reglamento de Apertura de los Servicios Básicos de Telecomunicaciones, publicados en la Gaceta Oficial N° 36.970 de fecha 12 de junio de 2.000

▪ **Referencias de Internet:**

Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL. (2010). Recuperado el 19 de Abril de 2010, de http://www.conatel.gob.ve/indicadores_trimestrales.asp

Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV). (09 de Mayo de 2007). Recuperado el 19 de Abril de 2010, de <http://www.cantv.com.ve/seccion.asp?pid=1&sid=1651¬id=2681>

Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV). (2010). Recuperado el 19 de Abril de 2010, de http://www.cantv.com.ve/seccion.asp?pid=1&sid=158&id=2&und=6&cat=item_lc&item=item_7&item_name=Historia

Unión Internacional de Telecomunicaciones. (25 de Septiembre de 2008). [Página Web en Línea] http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2008/29-es.html

Martínez, J. (22 de 06 de 2009). Globedia. Recuperado el 1 de 05 de 2010, de <http://ve.globedia.com/mensajes-texto-cumplen-anos>

Guatemala, B. d. (Julio de 2000). Banco de Guatemala. Recuperado el 26 de Junio de 2010, de

<http://www.banguat.gob.gt/inveco/notas/articulos/envolver.asp?karchivo=2401&kdisc=si>

Española, R. A. (2010). Diccionario de la Real Academia Española.

Recuperado el 06 de Junio de 2010, de

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=mercado%E7

Economista

Experiencia Profesional

2010 – Actual: Unilever Andina Venezuela, S.A.

Cargo: **Sales Accountant Assistant**

Función: Brindar soporte financiero al proceso de Customer Development mediante el análisis de propuestas de inversión en actividades promocionales y demás actividades que aporten beneficio a la Compañía, velando por el cumplimiento de las políticas, procedimientos y estrategias del negocio, para lograr la maximización de creación de valor en la toma de decisiones.

2007 – 2010 Comisión Nacional de Telecomunicaciones.

Cargo: **Analista de Asuntos Económicos**

Función: Determinar y controlar esquemas tarifarios para los servicios de libre competencia, mediante estudios económicos del plan de negocio, así como, la evaluación de proyectos de alta complejidad presentados por los solicitantes de concesiones y permisos para operar servicios de telecomunicaciones, evaluando los estados financieros y económicos del mismo, con el propósito de cumplir con lo estipulado en las Leyes que rigen al sector y garantizar la viabilidad económica de los mismos.

2007 – 2007 Telefónica Móviles Venezuela, S.A.

Cargo: **Interventor (Pasante)**

Función: Revisión de las facturas de compra, acuerdos comerciales, publicidades, convenios, entre otros, para su posterior envío a su respectiva cancelación, las cuales deben cumplir con todas las exigencias en materia fiscal.

Formación Académica

2008 – 2011 **Universidad Católica Andrés Bello**
Especialista en Economía Empresarial

2002 – 2007 **Universidad Santa María**
Economista

Otros Cursos

2009 **Técnicas Avanzadas para Usuarios de Ms Excel**
GRUPO ENIAC
24 Horas

2008 **Open Office**
Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI) /
Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)
20 Horas

2008 **Básico de Tecnologías y Servicios de Telecomunicaciones**
Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)
24 Horas

2007 **Presupuesto y Control Financiero**
Universidad Metropolitana. Cendeco
16 Horas

2007 **Creación de Empresas**
Grupo Supernova
8 Horas

Atilio David Alfaro Casique
Economista

25 años

Caracas – Venezuela

E – Mail: atdalfaro@hotmail.com