

Fecha <b>14.01.2014</b>	Sección <b>Nagocios</b>	Página <b>22</b>
----------------------------	----------------------------	---------------------



## EL OBSERVADOR

Samuel **GARCÍA**

samuel@arenapublica.com

@SamuelGarciaCOM www.samuelgarcia.com

# Telefónica-Nextel, solo un paso intermedio

Enfrentar a un gigante como Telcel tiene, de por sí, sus complicaciones. Pero enfrentarlo bajo condiciones de mercado poco favorables, resulta muy difícil si lo que se busca es equilibrar la batalla. Pero si a lo anterior se añade una estrategia de combate no muy convincente para hacer frente al gigante, entonces la derrota está a la vuelta de la esquina.

Más o menos ése ha sido el derrotero de Telefónica en su andar por México desde que en el año 2000 adquirió Movitel, BajaCel, Cedetel y Norcel, operadores en el norte del país propiedad de Motorola. El gigante español de las telecomunicaciones entró al mercado mexicano –el segundo más grande de América Latina, solo después de Brasil– con la consigna de arrebatarle al imperio de la telefonía de Carlos Slim, una importante rebanada del pastel que poseía el multimillonario empresario desde que el gobierno de Carlos Salinas de Gortari le vendió Teléfonos de México una década atrás, en 1990.

Desde aquel tiempo el negocio de la telefonía móvil en México prometía, y mucho, en un naciente mercado con altas tasas de rentabilidad que a Telefónica le abrió el apetito. Pero había un 'pero'... Slim.

**Pero Telefónica también ha pagado el costo de su tibieza en México, al apostar por el mercado de prepago, de menor facturación, y amarrar sus ingresos a un costo de interconexión**

Por eso, a diferencia de sus colegas los banqueros, los españoles de Telefónica decidieron apostar sus mayores billetes por el extenso mercado brasileño, dejando a México como una segunda -y lejana- opción de inversión en la región en relación al país amazónico.

Contrataron a Francisco Gil Díaz –el secretario de Hacienda durante el gobierno de Vicente Fox, un experimentado economista en asuntos fiscales y con una vasta red de relaciones en el gobierno y en el sector privado- para explorar todas las posibilidades del grupo español en México en los ámbitos político, legal y fiscal, y abrir brecha para enfrentar al imperio de Carlos Slim. Sin embargo el lento avance en la apertura del mercado y en los cambios de

legislación en el país, les dio la razón de apostar por Brasil... lejos de México.

Pero Telefónica también ha pagado el costo de su tibieza en México, al apostar por el mercado de prepago, de menor facturación, y amarrar sus ingresos a un costo de interconexión que las autoridades regulatorias modificaron, provocándole una importante caída en sus ventas y obligándole a rehacer su modelo de negocios con urgencia.

La alianza que ayer dio a conocer Telefónica con Nextel para el mercado mexicano, no es otra cosa más que un paso intermedio en su búsqueda por rehacer los ingresos perdidos y volver a las rentabilidades

Continúa en siguiente hoja



Fecha 14.01.2014	Sección Negocios	Página 22
---------------------	---------------------	--------------

esperadas por Madrid.

A **Nextel** también le urge revertir su tendencia al deterioro de su estado de resultados y modificar los pilotes en los que había asentado su éxito pasado en el mercado mexicano. Las nuevas tecnologías que ofrecen los *smartphones* y las redes 3G han cuestionado su oferta de valor hacia los clientes, tomando en cuenta que su precio es más elevado.

Así que la alianza Telefónica-**Nexte** es una de dos empresas urgidas ante la amenaza de la depreciación de su valor.

Pero la alianza no le resuelve a Telefónica los varios problemas que enfrenta, aún y cuando la expedición de las leyes secundarias de la reforma aprobada por el Congreso, le abriría mayores oportunidades de un campo más equilibrado en su lucha en contra del gigante **Telcel**.

Así que la empresa que en México dirige **Juan Abellán** seguirá buscando alguna adquisición estratégica, una fusión, que la catapulte hacia los niveles de competencia a los que está acostumbrado en los mercados sudamericanos frente a su ya clásico rival mexicano.

Los directivos de Telefónica saben que es la única vía para enfrentar a un gigante en su terruño. Pero aún habrá que ver si la empresa española que preside **César Alierta**, va en serio por el mercado mexicano, y es que los recursos son escasos ante una batalla que se libra en diferentes frentes y ante rivales muy poderosos. ☺