

Ataque comercial al monopolio de Slim

7 de Marzo de 2017

Por varios años un mexicano, Carlos Slim, ha disputado el primer puesto en el ranking de los multimillonarios con Bill Gates, de Microsoft. Pero a diferencia de Gates, que desarrolló sus negocios a lo largo de muchos años, Slim tuvo la 'suerte' de tomar el monopolio de las telecomunicaciones mexicanas por más de 20 años, después de unas privatizaciones muy cuestionadas. Ver reseña:

En 1990, el presidente de México Carlos Salinas de Gortari decidió comenzar un proceso de privatización. Se presentaron varios grupos de inversionistas formados por empresas nacionales e internacionales, y resultó ganador el consorcio creado por Carlos Slim, France Télécom y SBC Communications, junto con otros pequeños inversionistas. Sin embargo, este consorcio se apoderó del 53 por ciento y, al ser el accionista mayoritario, compró un restante y dejó al resto del grupo con el 31 % de las acciones. Finalmente en 1991, el gobierno mexicano vendió el restante. Por otro lado, Grupo Carso recompró las acciones de sus socios y se quedó con el control completo posteriormente. A nivel internacional causó extrañeza y duda, dada la estrecha relación del empresario Slim con el entonces Presidente Salinas, el hecho de que el pago inicial haya sido paulatino y usando recursos de la misma empresa. Esta era una práctica habitual durante las privatizaciones del Salinismo y fue, finalmente, un factor preponderante en el Efecto Tequila que acabó con el milagro económico del entonces presidente.

Telcel es una marca propiedad de la empresa mexicana Radiomóvil DIPSA, S.A. de C.V.. Tiene presencia en todo México y se dedica a ofrecer servicios de telefonía móvil, telefonía fija, servicios de banda ancha, entre otros servicios. Es subsidiaria de la empresa mexicana América Móvil, (una filial de Grupo Carso).

Fuente: Wikipedia



La torre de teléfonos de Telmex

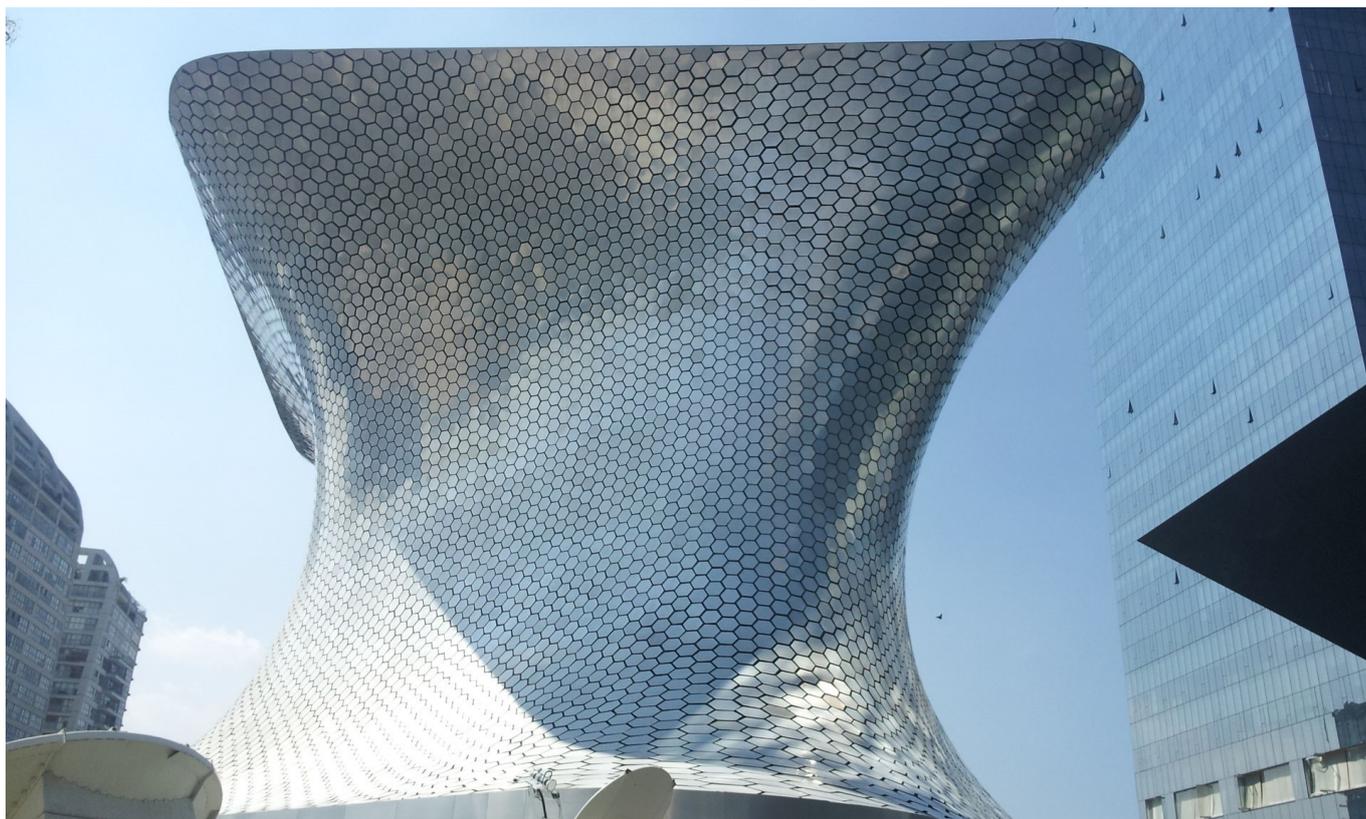
Pues como explica El País de España en el artículo que reproducimos líneas abajo, el 2013, México reformó las telecomunicaciones y puso fin a la protección legal del monopolio de Slim, que había sido hábilmente aprovechado durante los años de mayor crecimiento de los servicios de comunicaciones en un país de 130 millones de personas.

Recientemente, AT&T (descendiente de la famosa Mother Bell de EEUU), decidió apostar con todo al mercado mexicano y amenazar así la posición privilegiada de Slim. Como era de esperar, “la reforma en telecomunicaciones ha conseguido en los últimos tres años la caída de los precios de la telefonía móvil en un 32.4%. Los cargos para llamadas de larga distancia nacional desaparecieron y los de llamadas internacionales se redujeron un 40%” (El País).

Este pues ha sido un monopolio al estilo mexicano, telefonía local, larga distancia, celulares e internet por más de 20 años.

Al igual que la mayoría de los grandes millonarios, Slim ha desarrollado también una labor filantrópica. A pesar de que discrepa con Mark Zuckerberg, afirmando que la filantropía no erradicará

la pobreza y de haber anunciado que no donará sus acciones a la caridad. Actualmente figura en el ranking de las 20 personas más generosas del mundo (Business Insider), en el octavo lugar, detrás de Bill Gates, Warren Buffett, George Soros y Gordon Moore (Intel), entre otros.



Auditorio de Telmex

El buque que quiere desplazar a Carlos Slim

La estadounidense AT&T acumula 12 millones de usuarios en México desde su llegada en 2015

Sonia Corona

El País de España

México

28 de febrero, 2017



La tienda insignia de AT&T en Ciudad de México. OSWALDO RAMÍREZ

En el pueblo de Atécuaro (Estado de Michoacán, centro de México) no había señal de telefonía móvil hasta hace unos meses. A pesar de que la pequeña comunidad está a 17 kilómetros al sur de la ciudad de Morelia, sus 437 habitantes tenían que conducir unos 40 minutos entre las montañas para hacer una llamada telefónica. La estadounidense AT&T vio en Atécuaro una oportunidad para conectar a una población expulsora de migrantes con Estados Unidos e instaló una antena que ahora enlaza los celulares con la red de telefonía 3G de la compañía.

AT&T llegó a México un año después de que el Congreso aprobara la reforma de telecomunicaciones en junio de 2013, un conjunto de leyes que permitió la apertura del sector de la telefonía que desde la década de los 90 estuvo dominada por el magnate de la telecomunicaciones Carlos Slim. Los herederos de Alexander Graham Bell -fundador de la American Telephone and Telegraph Company- aterrizaron en México con la compra de Iusacell y Nextel en sendas operaciones que sumaron los 4,375 millones de dólares. La fusión de los pequeños peces de las telecomunicaciones mexicanas dieron paso al primer serio competidor de Slim.

La reforma en telecomunicaciones ha conseguido en los últimos tres años la caída de los

precios de la telefonía móvil en un 32.4%

La competencia llegó desde Estados Unidos con una bolsa de 3,000 millones de dólares adicionales para expandir la red de la telefónica hasta 2018. En la calle Masaryk del acomodado barrio de Polanco, en la Ciudad de México, se erige la tienda insignia de AT&T en México. La primera de su tipo fuera de Estados Unidos que está llena de novedosos productos tanto de telefonía como de conexión a Internet. Un escaparate dedicado a mostrar las experiencias con diversos productos, además de venderlos. En dos años, la estadounidense ha abierto 870 tiendas y ha captado la atención de 12 millones de personas en todo el país.

La reforma en telecomunicaciones ha conseguido en los últimos tres años la caída de los precios de la telefonía móvil en un 32.4%. Los cargos para llamadas de larga distancia nacional desaparecieron y los de llamadas internacionales se redujeron un 40%. AT&T ha aprovechado estos cambios para impulsar la conexión con los países de América del Norte: México, Estados Unidos y Canadá. A pesar de los señalamientos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para redistribuir a la competencia en telefonía móvil, Telcel -la telefónica de Slim en México- todavía posee un 66% del mercado.

“La razón por la que entramos a México fue la reforma en telecomunicaciones”. Hemos sido muy enfáticos en que México está en un momento histórico para cumplir con los objetivos de participación de cada una de las compañías. La reforma tiene muchísima visión y enormes beneficios para los usuarios y confiamos en que el Instituto Federal de Telecomunicaciones conseguirá las metas”, apunta Anabel López, directora de Comunicación y Medios de AT&T en México. Entre los retos que cualquier compañía de telecomunicaciones tiene al pisar México está ampliar la red de cobertura y mejorar los servicios de atención a clientes. “Es proceso en el que nos falta pero estamos trabajando en ello”, reconoce López. La firma estadounidense también se concentra en difundir el internet de las cosas: herramientas que conecten con la vida diaria a través de su red móvil, desde el automóvil hasta el cuidado de mascotas en casa. [Lampadia](#)