

CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES EN VENEZUELA*

MARÍA CRISTINA USECHE**
YEILING FERNÁNDEZ***
UNIVERSIDAD DEL ZULIA

(Recibido: Febrero 20 de 2008- Aprobado: Mayo 10 de 2008)

Resumen

El objeto de la investigación fue establecer el grado de concentración de las operadoras habilitadas que se desempeñan en los segmentos de mercado de telefonía fija local y telefonía móvil celular en Venezuela para el período 2004-2007, permitiendo tener una visión de las empresas que tienen poder de mercado en el sector de telecomunicaciones en el país. Para ello se tomó como referencia el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH). Se recopiló información gubernamental sobre este segmento de mercado regulado nacional. Se concluyó que existe un alto nivel de concentración en cada rubro, siendo las operadoras habilitadas CANTV y MOVISTAR las que tienen el poder del mercado en las telecomunicaciones a nivel nacional, afectando la competencia y desestimulando a otras empresas a desempeñarse en el ámbito nacional.

Palabras clave: concentración, poder del mercado, competencia, operadoras habilitadas en telecomunicaciones.

MARKET CONCENTRATION ON TELECOMMUNICATIONS SECTOR IN VENEZUELA

Abstract

The object was identify the degree of concentration of the qualified operators who get out of a jam themselves in the segments of market of fixed local telephony and mobile cellular telephony in Venezuela for the period 2004-2007, allowing to have a vision of the companies that have market power in the sector of telecommunications in the country. We take as a reference Herfindahl-Hirschman's index (IHH). There was compiled governmental information about this segment of national market. The study concludes that a high level of concentration exists in every item, being the qualified operators CANTV and MOVISTAR those who have the power of the telecommunications national market, affecting the competition and the revenue of new companies.

Key words: concentration, marketing power, competition, operators qualified in telecommunications.

JEL: G28, L 13, L 96.

Useche, M. & Fernández, Y. (2008). Concentración de mercado en el sector de telecomunicaciones en Venezuela. Revista Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada, XVI,(1).

* Resultados del proyecto de Investigación titulado: Estrategias modernizadoras en la organización del trabajo en empresas de telecomunicaciones en el estado Zulia (Segunda Parte), financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de La Universidad del Zulia No. CH- 1129-06. Maracaibo, Venezuela.

** Investigadora-Docente. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CONDES) y del Centro de Estudios de la Empresa. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. La Universidad del Zulia. Economista y Magíster en Gerencia de Empresas. Candidata a Doctor en Ciencias Económicas. E-mail: mariauseche@yahoo.es.

*** Auxiliar de Investigación. Centro de Estudios de la Empresa. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. La Universidad del Zulia. Licenciada en Administración. Estudiante de la Maestría Gerencia de Empresas: Mención Operaciones. E-mail: yeilingf@hotmail.com

1. Introducción

Históricamente las empresas internacionales han implementado estrategias con el objeto de controlar el mercado, los precios, la producción, así como adquirir mayor capacidad de negociación y entrada a otros sectores. Según Samuelson y Nordhaus (1996) para que ello ocurra desde una concepción económica clásica, cada empresa debe obtener elevados beneficios y el sector debe estar muy poco fragmentado, es decir, que sean pocos y participen de forma similar en relación al resto de las empresas. Ello ha estimulado empíricamente disertaciones entre escuelas, generando según Demsetz (citado por Coloma, 2002) dos sistemas de creencias.

Por un lado, plantea Coloma (2002, 38-39) que se encuentra la concentración del mercado, desde la perspectiva de Bain y sus partidarios (Escuela de Harvard), para quienes la existencia de una relación positiva entre beneficios y concentración, genera mayor poder en los mercados; en esos la competencia se interesa en dos aspectos: el número de empresas y la proporción sobre el total de operaciones controlado por cada una de ellas, facilitando la aparición de conductas colusivas y menor estímulo a la actuación independiente.

Cuando en un segmento de mercado son pocas las empresas que compiten, se hace más fácil establecer acuerdos, se busca maximización de beneficios conjuntos y se distribuyen las operaciones del mercado en proporciones significativas, por lo que, el incentivo para actuar en forma independiente es mínimo. Entonces, una alta concentración de empresas favorece la actuación mancomunada y mayores ventajas que acciones independientes.

Por otro lado, la visión de Stigler (Escuela de Chicago) plantea que la relación positiva entre beneficios y concentración es producto de factores competitivos. Bajo este planteamiento se desempeñan las operadoras habilitadas en el sector telecomunicaciones, dado que utilizan como herramientas estratégicas la imagen de marca, el merchandising, promociones cruzadas (diversificación), interconexiones para afrontar nuevos negocios, integración vertical e internacionalización, entre

otros. La implementación de estos, hace que las operadoras más eficientes obtengan mayores beneficios y crezcan más que las menos eficientes, donde el comportamiento de cada una no afecta a las demás; por lo que, actúan independientemente de la otra, sin acuerdos que podrían tender a beneficiarlas en detrimento de la contraparte, haciendo que la máxima del crecimiento se convierta en una obligación, conllevando esto a asumirla como perspectiva en el presente trabajo.

Uno de los mercados que ha experimentado un significativo crecimiento en el ámbito internacional en los últimos años han sido las telecomunicaciones; la incorporación absoluta del mismo al sistema económico capitalista, la ha transformado en masas de negocios ávidos de beneficios. Ello también ha sido así en Venezuela, desde la apertura de las telecomunicaciones en el año 2000, ocurriendo una serie de eventos como: entrada de nuevas empresas a desempeñarse en el país, incremento de inversiones por un monto según CONATEL (2008a) en miles de Bs. 3.440.405.612 dirigidas a actualizar la plataforma tecnológica e infraestructura, fusiones de empresas en los rubros más significativos del sector, creación y modificaciones a la ley y reglamentos de Telecomunicaciones, entre otros; aspectos que han estimulado en ese mercado oligopolista el crecimiento y desarrollo, alcanzando para el 2007 un crecimiento del 29%, según el Banco Central de Venezuela (BCV) (2007).

En el marco de estrategias de posicionamiento de mercado latinoamericano, la Oficina de Asesoría Económica-Financiera (OAEF) de la Asamblea Nacional Constituyente de la República Bolivariana de Venezuela (2006) declaró que el país posee mercados altamente concentrados, debido a las políticas económicas de corte proteccionistas enmarcadas en los planes de industrialización y desarrollo. Esta aseveración motivó a establecer el grado de concentración de las operadoras habilitadas en los segmentos de mercado de telefonía fija local y móvil celular en el sector de telecomunicaciones en Venezuela, para el período 2004-2007, a fin de discernir sobre el dominio o poder de mercado y el riesgo de un comportamiento que pudiese afectar a la libre competencia.

2. Revisión de literatura sobre estrategias de dominio del mercado

El sector servicios en América Latina en la década de 1990 registró una destacada transformación estructural, que se extendió hasta las telecomunicaciones. Sin embargo, Jordana y Sancho (1999) destacan que en la región, el inicio de apertura del sector fue en los años ochenta con la privatización de operadoras chilenas, seguidas en 1990 por Argentina, México y Venezuela en 1991, más adelante Bolivia, Perú, Brasil, entre otros países; así mismo, se han gestado un conjunto de aspectos como: la creación de entes reguladores, conformación de marcos legales e introducción de mecanismos de competencia. Aunado a estos aspectos, la incorporación de nuevas tecnologías, los cambios en las estructuras de los mercados asociados a su diversificación e internacionalización en los mismos fueron los aspectos más relevantes para estimular el desarrollo del sector en el ámbito latinoamericano.

La dirección de los cambios experimentados ha seguido dos ejes distintos en algunos países; por ejemplo en Argentina, Perú y Venezuela optaron por privatizar manteniendo el monopolio durante años, mientras que Colombia abrió la competencia sin privatizar. Así mismo, hubo casos en cuanto a privatización, donde se hicieron liberaciones parciales como México o intensas aperturas al mercado como Chile (Comisión Permanente de Regulación, 1998), lo cual vino acompañado de elevados niveles de inversión de transnacionales que conllevó a incrementar las barreras de entrada, así como a estimular las concentraciones económicas.

Ese impulso en las concentraciones económicas ha sido producto también de la implementación de una serie de fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas, las cuales han venido acompañadas de otras estrategias empresariales con un carácter expansionista para aumentar el poder de mercado, entre las cuales se pueden mencionar la fijación de precios por debajo de los costos marginales durante un período prolongado, la cual obliga a la competencia más débil y a aquellos que todavía no han alcanzado el punto de equilibrio en su nivel de producción, a salir del mercado.

Otra estrategia empleada en el ámbito latinoamericano ha sido generar una discriminación de interconexión, afectando negativamente la calidad de las comunicaciones, originadas en las empresas no relacionadas con la empresa dominante, esto se puede evidenciar mediante el uso de controles tecnológicos de la red, el establecimiento de impedimentos formales y la ocurrencia de atrasos en el establecimiento de las interconexiones solicitadas por las empresas de la competencia.

Paralelamente se ha implementado el subsidio cruzado, instrumento empleado por las corporaciones que tienen dominio del mercado para favorecer el desarrollo de una empresa filial sobre la base de una estructura artificial de costos y niveles de eficiencia. La aplicación del mismo, ha sido a través de la transferencia de recursos hacia una empresa relacionada con la corporación dominante, bien sea mediante la venta de insumos a precios subvalorados, o la subimputación de costos por el uso de elementos de la red, transfiriendo parte de la renta monopólica obtenida por sus cargos de acceso a la filial. De esta forma, la empresa filial puede ofertar sus bienes y servicios a menores precios que la competencia, penetrando con mayor agresividad al mercado y desplazar a los competidores.

Con la aplicación de esas estrategias las empresas dominantes en oligopolios del sector persiguen en general tres objetivos, que la mayoría de las veces se traducen en conductas atentatorias contra la libre competencia: mantener su poder de mercado en la red de acceso al usuario final, maximizar sus utilidades abusando de su condición dominante y generar barreras de entrada para intimidar el ingreso de nuevos competidores.

A manera de ejemplo, se puede mencionar como Argentina permitió la entrada de algunos operadores extranjeros, (grupo privilegiado de operadores) y asumieron posiciones dominantes, consolidándose, antes de adecuarse a un futuro mercado competitivo. Por el lado de los bienes, es bueno recordar que por compromisos con políticas regionales – MERCOSUR, y específicamente la política brasileña de promoción de su sector de bienes para Tecnología de la Información y Comunicación- Argentina no

suscribió el Acuerdo de Tecnología de Información (ATI) en el cual hubiese exigido la apertura del componente físico (*hard*) para la provisión de servicios de telecomunicaciones.

Con lo anteriormente expuesto se puede aseverar que obteniendo posiciones dominantes de mercado se pueden desarrollar prácticas abusivas, orientadas a reducir o a eliminar las capacidades y habilidades de las firmas, atentando contra la libre competencia no solo en un país, sino también en el ámbito regional y coartar empresarialmente la gestación, el desarrollo de las microempresas, cooperativas, pequeñas o medianas empresas y por ende, afectando negativamente la competencia de cualquier mercado cambiante, altamente dinámico y turbulento.

Las corporaciones internacionales que entraron al país con la apertura del sector al igual que en el resto de Latinoamérica, bajo una estructura de mercado oligopolista – no colusoria, han emprendido estrategias concentradoras de mercado, entre ellas: el establecimiento de precios por debajo de los costos, como por ejemplo, la empresa Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) en época navideña aplicó esta estrategia en telefonía móvil celular para contrarrestar a su competidor más cercano Movistar; así mismo, se realizaron fusiones y alianzas estratégicas entre empresas en los rubros de telefonía fija local y móvil celular, que contribuyó a la generación de mayores ingresos hasta el 2007 conformando el 73% de los ingresos totales del sector de telecomunicaciones en el país (CONATEL, 2008).

En este sentido, Lezama (2006) afirmó que existe un crecimiento concentrado en dos operadores (85,2%), de acuerdo a la distribución de ingresos: Corporación CANTV (49,0%) empresa proveedora del servicio de telefonía fija a nivel nacional y principal proveedora de transmisión satelital en comunicaciones, así como, la empresa Movistar (36,2%), que luego de la compra de Telcel para el año 2005, ha adquirido la mayor parte del mercado en el rubro de telefonía móvil. Este aspecto, ha variado un poco con el tiempo dado que para el IV trimestre del 2007 el rubro que generó mayores ingresos fue telefonía móvil con un 55,6%, seguida del rubro de telefonía fija local con un 8,58% (CONATEL, 2008a).

Según la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (1999) cuando se fusionan o se alían empresas en una estructura de mercado oligopólica, como en este caso, se adopta una operación de concentración económica, donde se toma el control sobre la totalidad o parte de varias empresas, incluyendo la vinculación a través de directores comunes, de carácter horizontal, vertical, conglomeral o heterogéneo, creando una posición dominante de mercado y/o el reforzamiento de la misma sobre los niveles de concentración aceptados internacionalmente.

3. Metodología de la investigación

Para el desarrollo del trabajo se realizó una revisión bibliográfica desde los ámbitos de la microeconomía y la organización industrial, extrayendo de la primera el índice Herfindahl-Hirschman (IHH) como medida cuantitativa de poder del mercado, tomando como referencia el número de suscriptores de cada operadora en cada segmento abordado al cierre del 2007. La selección se basó en la perspectiva microeconómica, donde se emplea este índice dado que presente entre sus ventajas el otorgamiento de mayor peso a las firmas grandes y recoge el papel de las empresas dominantes. Y de la segunda, se trabajaron sobre los elementos correspondientes al paradigma estructura-conducta-resultado y su relación directa con el poder de mercado, al plantear unidireccionalmente que la estructura presente en un mercado en un momento determinado, bien sea monopolio, duopolio, oligopolio, entre otras, determina la conducta de los competidores y por tanto los resultados son prácticamente predeterminado. Posteriormente, se hizo una revisión documental sobre experiencias de concentración en el sector de las telecomunicaciones en América Latina, estableciendo un marco de referencia y posibles incidencias en el país.

Entre esas referencias se puede mencionar la investigación ejecutada por la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos en Colombia (2006) la cual decidió emplear el índice de Herfindahl-Hirschman para la medición del grado de concentración de la oferta de productos farmacéuticos en las clasificaciones terapéuticas relevantes en ese país.

De igual forma este índice ha sido aplicado en una investigación que tuvo entre sus objetivos determinar el grado de concentración de los mercados de frutas y hortalizas en Chile, el cual se caracteriza por ser tradicionalmente altamente vulnerable. El índice evidenció mayor concentración en el mercado de las hortalizas que en el de frutas, siendo ambos niveles de concentración relativamente estables en el tiempo. Además, considerando formalmente la no estacionariedad del HHI, la relación entre éste y el índice de inestabilidad es negativa, lo que indica poca dinámica competitiva en esta industria (Troncoso y Lobos, 2004).

Tomando en cuenta anteriores experiencias y basados en los premisas de Parkin y Esquivel (2001) para determinar el Índice de Herfindahl - Hirschman (HHI), se calcula la suma de los cuadrados de las participaciones de las empresas del mercado relevante, basándose en el número total y en la distribución de los tamaños de las empresas de una industria. Por ejemplo, si en un mercado existen tres operadoras con participaciones de 30%, 30% y 20%, el HHI se calcula:

- (1) $HHI = (30)^2 + (30)^2 + (20)^2 + (20)^2$
- (2) $HHI = 900 + 900 + 400 + 400 = 2600$

Se observa entonces que algebraicamente, el índice es igual a la suma de los cuadrados de las cuotas del mercado. Así, el valor mínimo corresponde a una situación de mercado altamente atomizada, en la cual el mercado se divide entre un gran número de agentes económicos, cada uno de tamaño poco significativo. En el otro extremo, el valor máximo corresponde a una situación de monopolio puro, en que un solo agente económico ostenta el 100% del mercado.

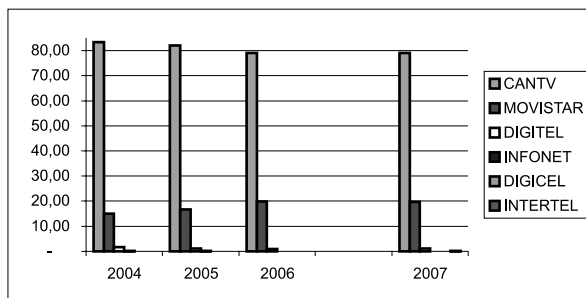
Los grados de concentración pueden dividirse en tres tipos: el primero indica que, cuando el IHH es menor a 1.000, el mercado es desconcentrado; el segundo tipo establece que, cuando el IHH se encuentra entre 1.000 y 1.800, se habla de un mercado moderadamente desconcentrados y el tercer tipo es, cuando el IHH es superior a 1.800, estos mercados son catalogados como altamente concen-

trados, y en éstos los riesgos en la competencia son más altos.

4. Resultados

Basados en la metodología presentada en el apartado anterior, en el Ilustración 1 se puede observar que de las siete empresas participantes en el rubro de telefonía fija local, la operadora CANTV ha mantenido su participación de mercado por cuatro años consecutivos, siendo la única que ha obtenido un índice de participación de 6.247,32 (tercer grado), superior a 1.800 para el año 2007, así mismo, se observa claramente que la distancia entre empresas es muy significativa. Así mismo, se destaca como la empresa Movistar ha aumentado su participación de mercado en el período 2004-2007.

Ilustración 1. Distribución porcentual de empresas operadoras en telefonía fija local (2004-2007)¹



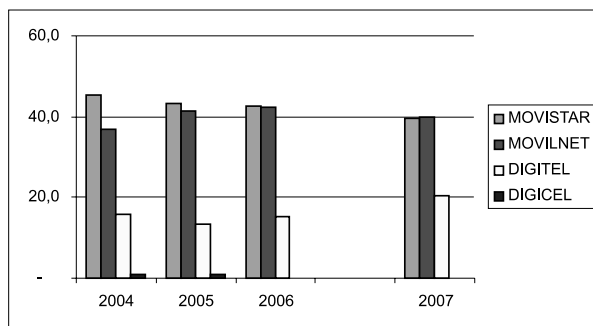
Una vez obtenido los porcentajes al cuadrado de la participación de mercado de cada una de las operadoras en telefonía fija local, se sumaron, para obtener el IHH total de ese rubro, obteniendo una disminución de 7.163,48 para el 2004 a 6.632,32 para el cierre del 2007; ello, permite afirmar que este rubro del mercado de telecomunicaciones es altamente concentrado, a pesar de haber disminuido en un 8% durante los tres últimos años. Al respecto Mochón (2001,135) destaca “que cuanto mayor sea el coeficiente de concentración del mercado más se

¹ Elaboración propia, basado en el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH).Fuente: CONATEL (2008a). Cifras preliminares.

parecerá éste al monopolio”, lo cual pudiese estar afectando la competencia en ese segmento.

Igualmente, en la Ilustración 2 se visualiza que el rubro de telefonía móvil celular también puede catalogarse como altamente concentrado, dado que sólo dos operadoras dominan el mercado; la primera Movilnet (filial de CANTV) con una participación que se ha incrementado con los años de un 36,9% para el 2004 a un 39,9% para el 2007, siendo su índice de participación para el último año de 1.592,01 y la segunda Movistar, la cual disminuyó su participación de un 45,4% para el 2004 a un 39,6% para el 2007, siendo su índice de participación para el último año de 1.568,16. Ambas empresas se ubican en el tercer grado del IHH, dado que son superiores a 1.800. Al igual que en la telefonía fija local, éste rubro también puede catalogarse como altamente concentrado.

Ilustración 2. Distribución porcentual de empresas operadoras en telefonía móvil (2004-2007)²



El mercado en estos rubros se concentra más aún cuando la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (2006) aprobó junto a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones en Venezuela (CONATEL), la fusión de tres empresas del rubro de telefonía móvil a saber, Digitel, Digicel e Infonet, alegando que la empresa Digitel, resultante de la operación de concentración económica, no ostentaría una posición de dominio en el mercado relevante de la telefonía local, larga distan-

cia nacional, larga distancia internacional y móvil, fortaleciendo un tercer operador con cobertura nacional con una participación del 16,3% para el 2006, aspecto que ha cambiado con el tiempo dado que para el IV trimestre del 2007 la misma obtuvo una participación del 20,5% del mercado total en telefonía móvil celular. En este caso, según García (1994) cuando se desarrolla en el mercado fusiones entre empresas, el IHH tiende a aumentar su valor.

Sin embargo, se considera que las adquisiciones de competidores menores y posterior fusión o absorción es el mecanismo de concentración de poder de mercado más tradicional en el ámbito de las telecomunicaciones. Según Rozas (2002) el objetivo más buscado mediante las adquisiciones o fusiones puede ser completar el área de cobertura de la empresa dominante hacia nuevos segmentos territoriales de mercado o contener la expansión de un tercero que no es posible de absorber. En cualquiera de estos dos casos presentados por el autor se produce una mayor concentración de mercado, y por tanto, condiciones más restringidas de competencia.

Esta fusión no solo afectó el rubro de telefonía móvil celular, sino también el rubro de telefonía fija local, disminuyendo la cantidad de participación de seis operadoras para el año 2005 - 2006, a 4 para finales del 2006, teniendo la mayor participación de mercado a lo largo de las dos últimas décadas CANTV en el rubro de telefonía fija. Sin embargo, para finales del año 2006 se une a este rubro una nueva empresa denominada Intertel, proveniente de la empresa de Internet Cable Plus, C.A. la cual se desempeña en el rubro de difusión por suscripción y servicio de Internet a nivel nacional, quedando conformada este rubro por 5 operadoras.

Según Rodríguez (2006, 10) la competencia puede ser evitada o prevenida como resultado de una fusión, lo que impide el desarrollo de la industria y mantiene alto los precios.

Se materializa de esta forma el grado de concentración de las operadoras en telefonía fija local y móvil

² Elaboración propia, basado en el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH). Fuente: CONATEL (2008a).

celular a nivel nacional, la cual puede catalogarse de tipo horizontal, dado que se ha venido produciendo entre empresas del mismo sector, adoptando tanto la forma de diversificación como de adquisición de empresas ya existentes; ello ha sido a tal punto que la hegemonía de las empresas líderes sobre la actividad económica internacional les otorga grados de libertad desconocidos para “incrementar de inmediato su cuota de mercado, estabilizar el mercado controlando parte de la oferta global, obtener economías de escala, y por tanto, conseguir un poder de negociación” (Bueno y Morcillo, 1994, 171), aunque ello implique dislocar la economía nacional.

La concentración económica de tipo horizontal representa un número reducido de empresas que generan una proporción mayoritaria del servicio, por lo que es, altamente segmentada, controlada férreamente y de modo centralizada por conglomerados, que mediante empresas filiales, coligadas y de propiedad conjunta operan activamente en cada segmento de mercado, destruyendo a empresas adversarias y con ello restringe la competencia, lo cual afecta la política de oferta y de precios en el sector.

En este sector, las operadoras dominantes defienden su posición de mercado haciendo uso de los marcos legales de regulación, para retrasar el mayor tiempo posible u obstaculizar definitivamente el ingreso de nuevos competidores a su mercado de interés, conocidas las mismas como barreras de entrada. Para Samuelson y col (2005) éstas son factores que dificultan el acceso de nuevas empresas en una industria, tales como: economías de escala, restricciones legales, elevados costos de entrada, altos costes en transmisión de información con tecnología de punta, publicidad y la diferenciación del producto, entre otros. Así mismo, Rozas (2002, 13) destaca que “(...) en la industria de telecomunicaciones este mecanismo se emplea cuando la empresa dominante o un oligopolio ha sentido amenazada su participación de mercado en la red de acceso al usuario final por la expansión de empresas que introducen nuevas tecnologías”.

Las barreras de entrada han conducido, por una parte, a la posibilidad de que las empresas que integran esa estructura estén en condiciones de aprovechar

plenamente las economías de escala tecnológica, financiera y de investigación y desarrollo (I+D). Por otra parte, las barreras crean condiciones favorables para la obtención de tasas de rentabilidad más altas que en los sectores competitivos, lo que favorece el proceso de concentración, debilitando los incentivos y aumentando los obstáculos para penetrar en el mercado. Aunado a ello, al obtener una posición de poder en el mercado nacional, se tiene una estructura no solo altamente concentrada sino también un muro difícilmente franqueable para otras empresas, posibilitando el pleno aprovechamiento de las economías de escala en su acepción más amplia.

De lo anterior, se puede afirmar que las acciones empleadas por CONATEL en cuanto a regulación de tarifas, entrada y salida de empresas y normativa legal existente en el país no han sido suficientes como instrumentos para regular las acciones de las empresas en el sector, aunque a inicios de los años noventa el Congreso de la República de Venezuela (1992) creó la Ley para promover y proteger el ejercicio de la libre competencia, la cual en el artículo 11 establece que se prohíben las concentraciones económicas, en especial las que se produzcan en el ejercicio de una misma actividad, y como consecuencia de ellas se generen efectos restrictivos sobre la libre competencia o se produzca una situación de dominio en todo o parte del mercado, en pro de estimular la competencia y en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) (Asamblea Nacional Constituyente, 2000, 33) en su artículo 113, establece que “no se permitirán monopolios”, demarcándose en el mismo la existencia de la libre competencia, como elemento obligatorio en los mercados.

La regulación es uno de los principales instrumentos según Samuelson y otros (2005, 207) que “actualmente se emplean en la política industrial para frenar los abusos de la competencia imperfecta” los otros dos son: la ley antimonopolio, que en Venezuela actualmente se encuentra en elaboración y el fomento de la competencia como tercer elemento, el cual presenta bastantes debilidades en las telecomunicaciones en el país, ya que ni gubernamental ni empresarialmente se ha garantizado una intensa rivalidad, evidenciándose esto en los altos niveles de concentración.

En el sector no se han reducido las barreras institucionales y económicas que impidan la competencia, por el contrario se han hecho más fuertes. Así mismo, se ha implementado como estrategia de intervención en el sector el fomento de pequeñas y medianas empresas, cooperativas, de hecho, el gobierno no tiene estadísticas sobre el crecimiento de PyMES y cooperativas en las telecomunicaciones. Como se observa, la atención de las empresas no se dirige exclusivamente en su eficiencia económica y técnica, dado que obtener altos grados de concentración implica convertirse en un agente económico activo para controlar el sector en que actúan, como requisito para su expansión.

Esto se ha gestado y desarrollado dada la articulación entre las operadoras y el Estado, ha sido una interdependencia que no está exenta de conflictos, sino que responde a los objetivos de funcionamiento y expansión del sistema en su conjunto. Las operadoras habilitadas buscan por parte del Estado, entre otros elementos, la legitimidad social para la función que ellas desempeñan, es decir, el Estado ha avalado jurídica y políticamente estas actividades, así como, las políticas de inversión, financiamiento, subsidios y precios acorde al contexto económico nacional, necesidades y capacidad de expansión de las empresas.

Considerando los planteamientos anteriores, se puede aseverar que la apertura de mercado, una estructura de mercado oligopolista no colusoria, fuertes barreras de entradas, políticas gubernamentales de carácter proteccionista son características sumamente llamativas para que operadoras habilitadas con altos niveles de capacidad de inversión y tecnología pretendan entrar, cautivar y dominar un mercado, influenciando la vulnerabilidad del mismo, en pro de su poderío internacional.

Al respecto López (2002) plantea que las estructuras de poder actuales, determinan que oligarquías acorazadas rijan las vidas de enormes masas de ciudadanos imponentes, ello implica un alejamiento del equilibrio competitivo y según Petras (2002) una forma de autoritarismo, es decir, decisiones tomadas sin considerar la responsabilidad pública, aumentando la pérdida de bienestar social, motivando a los poderes públicos a intervenir e intentar es-

tablecer rivalidad entre los agentes económicos e incitar a la competencia.

5. Debate y consideraciones estratégicas

Desde la apertura del sector de telecomunicaciones se han desarrollado una serie de estrategias empresariales, a saber, integración de empresas asociadas por parte de la corporación CANTV y la fusión generada para el 2005 entre operadoras (INFONET, DIGITEL y DIGICEL) y en el 2007 la nacionalización CANTV -pasando el Estado venezolano a desenvolverse como operador corporativo dominante, propietario del cableado básico (*local loop*) y a su vez regulador- entre otras, que han conducido a concentrar el mercado de las operadoras habilitadas, conllevado al mejoramiento en el nivel de eficiencia productiva proveniente de los diversos operadores. Así mismo, los nuevos grupos económicos han utilizado más eficientemente sus recursos evitando duplicaciones en las tareas realizadas, han incorporado tecnologías actualizadas, han aumentado la especialización de su personal y de sus equipos, así como han aprovechado sinergias originadas en la servucción y comercialización de varios bienes y del abastecimiento de distintos mercados.

Las operadoras que se desempeñan en las telecomunicaciones en el país han tenido perspectivas de desarrollo tanto en el ámbito nacional como internacional, integrando con simplicidad organizacional las actualizaciones, renovaciones e innovaciones disponibles, en pro de su consolidación como empresas poderosas, dinámicas y reactivas encausadas en su expansión y crecimiento. Con esto en mente, dos son los motivos económicos que han inducido a las operadoras a enfrentar un proceso de concentración, la obtención de un mayor poder de mercado conjunto y el mejoramiento del nivel de eficiencia productiva de las operadoras participantes en este sector, centrados en la posibilidad de disminuir costos.

Bien es cierto que la concentración de mercado en las telecomunicaciones en Venezuela ha generado ventajas a las operadoras existentes, reforzando el crecimiento externo, aumentando su capacidad de control como fuente de poder, así como, su nivel

de competitividad interno y externo, ello les ha permitido resguardarse de las estrategias ofensivas emprendidas por la competencia en situación de inferioridad económica y tecnológica, que generalmente optan por atacar a través de la calidad y flexibilidad.

En este contexto, es legítimo considerar que las operadoras insertas en esta concentración no dejan de lado su competitividad y el hecho de que su lineamiento estratégico es el crecimiento, logran superar sus problemas, debilidades y resultados anteriores, así como, mejorar sus niveles de rendimiento o de ejecución -conduciendo esto a una estructura de costos más eficientes-. Para ello, se han centrado en incrementar la rentabilidad, compatibilizar objetivos de crecimiento y maximización de beneficios, direccionándolos hacia nuevas inversiones que a futuro favorecerán la elaboración de un nuevo plan de expansión.

Sin embargo, también es cierto que la concentración en este sector ha disminuido el número de competidores efectivos, favoreciendo la aparición de prácticas para reducir la presión competitiva, y por tanto, amenazas mayores desde el punto de vista de la defensa de la competencia. Sin embargo, esto en este sector, hasta el presente, es poco probable ante dos aspectos centrales: las operadoras son reacias a coludir y las modificaciones hacia el alza en los precios está demarcado entre bandas por el ente regulador (CONATEL).

El sector no solo presenta estructuras concentradas y oligopólicas, sino que de igual manera existen riesgos de que ciertas conductas restrictivas sean desplegadas no solo en el ámbito estrictamente horizontal, sino también prácticas exclusionarias abusivas que pueden ser desplegadas a lo largo del ámbito vertical del mercado ante un operador dominante, propietario de una facilidad esencial (*essential facilities*) y del cableado básico.

La literatura sobre oligopolios mixtos (empresas públicas y privadas “compitiendo” entre sí) ha soportado a la economía de empresas públicas, otorgando cabida al planteamiento alternativo regulatorio del exministro Chacón (2007). Para el país esto es un experimento regulatorio inédito, dado que se había vislumbrado en primera instancia un monopolio es-

tatal solo en el segmento de telefonía fija, posteriormente, correspondió el régimen de concurrencia limitada, la cual desde la apertura del sector ha sido explotado por operadores privados, y esta oportunidad abre la posibilidad de desarrollar un modelo de competencia operadores públicos y privados.

En este marco, Merrill y Scheneider (1966) demostraron que la entrada de una empresa pública en el mercado dominado por empresas privadas conlleva a mejorar el desempeño del sector, a través de menores precios e incremento de la producción. Sin embargo, no resultaría óptimo para la empresa pública, fijar precios iguales a los costos marginales y producir a máxima capacidad, si esto facilita la fijación monopólica de precios por parte de las empresas privadas sobre la demanda residual. Lo anterior es probable cuando la capacidad de la empresa pública es especialmente baja comparada con el tamaño del mercado, y cuando la empresa pública no puede discriminar sus ventas hacia los clientes con mayores precios de reserva. Más allá, los autores concluyen que la empresa pública no puede presionar a que se utilice toda la capacidad productiva de los competidores, a menos, que la primera cuente con la capacidad suficiente como para suplir a todo el mercado.

Mientras que Harris y Wiens (1980) abordaron el rol que desempeña una empresa pública como instrumento regulatorio y como empresa dominante en el mercado. Su planteamiento se centra en que este modelo genera una solución asignativa óptima alcanzable, si la empresa pública pudiera anunciar a los competidores su política de producción, para que al reaccionar los competidores los llevaría a un equilibrio. Esto bajo supuestos de retornos decrecientes a escala con bienes homogéneos e información perfecta, la empresa pública calcula el nivel de producción competitivo de la industria, lo que determinará que el costo marginal de la empresa pública iguale al precio y anuncia una política de producción de suplir cualquier falta en el mercado. En tal sentido, la racionalidad estratégica de las empresas privadas es encarar el precio como dado y escoger aquel nivel de producción que iguale sus costos marginales con el precio.

Esta propuesta presenta, como problema que la solución es poco creíble, una vez que la empresa pública

tendría que asumir grandes pérdidas para ciertos valores de la producción privada. Así mismo, los autores advierten que cuando existe información imperfecta, la empresa pública pudiera encarar ciertas dificultades para determinar el nivel de producción estratégicamente óptimo. De igual manera las empresas privadas podrían tener los incentivos para producir menos de lo que lo se habrían dado en otras circunstancias. Lo anterior podría determinar que la empresa pública produzca más que la situación de solución óptima de *first-best*. De esta manera, el rápido incremento de los costos marginales para la empresa pública podría determinar un alto precio para el producto o servicio y un bajo nivel de producción, comparado con una situación de información completa.

Lo relevante de estos aportes teóricos en la economía industrial y de la competencia es que, en lo concerniente al sector de telecomunicaciones, el Estado venezolano cuenta, no solo con la estatización de todo un sector, como modelo regulatorio, sino, con medios distintos a la regulación económica y de competencia, que son considerados como referencia para implementarse en mercados concentrados. Allí las decisiones empresariales resultan estratégicas para que un actor público pueda disciplinar las acciones del resto, una vez que éstos consideran las eventuales estrategias “competitivas” de la empresa pública. En esta situación se generan un conjunto de estrategias que las empresas privadas de telecomunicaciones pueden desarrollar, estas van, desde la búsqueda de diferenciación de servicios, productos y posicionamiento de marca, hasta el incentivar las des-economías de escala del operador público u otro operador, fungiendo como efecto estrella (*starfish effect*), toda vez que, el primero juegue el papel de fijador de tarifas o líder del mercado.

6. Comentarios Finales

Como ha podido observarse, los hallazgos encontrados a la luz de la literatura revisada, evidencian que la apertura del sector de telecomunicaciones en Venezuela ha sido aprovechada por las operadoras habilitadas con mayores capacidades competitivas, para dominar un mercado naciente en pro de afianzar su poder y, por tanto, su hegemonía. Esto sin

importar el efecto que pudiese causar en la competencia sectorial en el país. Ello evidencia que los instrumentos y estrategias gubernamentales y empresariales no han sido suficientes para garantizar la creación y justa distribución de la riqueza, defender la libre competencia, así como a los consumidores del quehacer corporativo internacional.

Al manejar las repercusiones de la concentración económica con las empresas transnacionales surgen diferencias fundamentales que implican en el país, la desnacionalización de las actividades de servucción, la cual tiene una doble dimensión: las empresas nacionales crecen menos que las internacionales, pero además la producción de los bienes y servicios que se generan en los sectores nacionales se expande más lentamente que la de aquellos que provienen de los sectores internacionales.

El mayor crecimiento de las empresas líderes internacionales que en general presentan un nivel más elevado de concentración, conduce a generar lo que podría denominarse una tendencia hacia la oligopolización, es decir, una proporción cada vez más alta del servicio se genera en sectores de alta concentración, lo que favorece una transferencia de recursos desde los sectores más débiles de ofertantes y consumidores hacia los miembros más poderosos de ambas categorías.

En ese devenir, el gobierno venezolano ante el posicionamiento del mercado tan significativo de estas operadoras, tiene en estudio la propuesta de la ley Antimonopolio, Antioligopolio y contra la competencia desleal, así como, decidió indagar sobre la conducta de CANTV y ante el no cumplimiento del desarrollo tecnológico y falta de cobertura en gran parte del país, decidió nacionalizarla, siendo nuevamente regulador y operador, quebrantando la independencia de la regulación económica sectorial.

Esto obliga a iniciar un debate sobre la regulación del sector telecomunicaciones en Venezuela, centrado en el mejoramiento, minimizar los vacíos regulatorios existentes y por indultar a las empresas públicas de la aplicación de la ley antimonopolio en el proyecto de ley. Definitivamente, esto genera retos para los agentes económicos: para el Estado, cambiar el modelo regulatorio; para los operadores privados reforzarse

y estar alertas ante eventuales prácticas abusivas que podrían desplegarse; y para la población estimular el efectivo desempeño de las asociaciones de consumidores e instituciones encargadas de velar por los derechos ciudadanos y coadyuvar al bienestar social.

La situación antes descrita estimula a la apertura de nuevas agendas de investigación sobre las experiencias y cambios políticos y modificaciones de instrumentos legales y regulatorios que está experimentando el país y cómo ello influye en la competencia y en el acontecer sectorial.

7. Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (2000). Constitución Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5453 del viernes 24 de Marzo de 2000. Venezuela.
- Banco Central De Venezuela. (BCV) (2007) Producto Interno Bruto, Disponible en: <http://www.bcv.org.ve>. Consulta: 15/05/2008.
- Bueno, E. & Morcillo, P. (1994). Fundamentos de Economía y organización Industrial. España: Editorial Mc Graw Hill.
- Coloma, G. (2002). Apuntes de organización industrial (Parte I). Universidad del CEMA. Buenos Aires.
- Comisión permanente de regulación. (1998). Marco Regulatorio Hispanoamérica. Costa Rica.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones. (2008). Indicadores anuales del sector. Disponible en: http://www.conatel.gov.ve/indicadores/indicadores_2007_iv_trimestre/indicadores_anuales_2007.htm Consulta: 15/05/2008.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones. (2008a). Estadísticas del sector de telecomunicaciones, al cierre del IV trimestre 2007. Disponible en: http://www.conatel.gov.ve/indicadores/Indicadores2007/presentacion_estadisticas_del_sector_iv_trim_2007_1.pdf Consulta: 15/05/2008.
- Comisión Nacional de Precios de Medicamentos de la República de Colombia (2006). Decisiones de la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos. Fecha: 1 de Septiembre de 2006. En www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/Normatividad/Circulares/2006/Circular-004-2006.pdf. Consulta: 17/05/2008.
- Congreso de la República de Venezuela (1992). Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia. Gaceta Oficial No. 34.880. Caracas-Venezuela.
- Chacón, J. (2007). Declaración del Ministro de Poder Popular para las Telecomunicaciones Disponible en la Toma de Posesión, Disponible en: http://www.minci.gov.ve/noticias-accionales/1/11666/las_telecomunicaciones_seran.html. Consulta: 28-05-2007.
- García, A. (1994). Un índice de dominación para el análisis de la estructura de los mercados. El Trimestre Económico, volumen 61.
- Harris, R. & Wiens, E. (1980). "Government Enterprise: an Instrument for the Internal Regulation of Industry", en Canadian Journal of Economics, Canadian Economics Association. Vol. 13(1), Febrero. Pp. 125-32.
- Jordana, J. & Sancho, D. (1999). Reforma del Estado y Telecomunicaciones en América Latina. Disponible en: <http://www.ii.gov.org/id/attachment.drt?art=189726>. Consulta: 25/10/2006.
- Lezama, A. (2006). Socializando las telecomunicaciones. Disponible en: <http://www.bvonline.com.ve/cover3.html>. Consulta: 13/01/2007.
- López, F. (2002). La Sumisión en la Tecnocracia. Catoblebas. Revista Crítica del Presente. Disponible en: <http://www.nódule.org/ec/2002/n006:05/02/2007>.
- Merrill, W. & Schneider N. (1966). "Government firms in oligopoly industries: A short run analysis". Quarterly Journal of Economics, Vol. 80:400-12.
- Mochón, F. (2001). Principios de Economía. 2da. Edición. Editorial Mc Graw Hill. España.
- Parkin, M. & Esquivel, G. (2001). Microeconomía. Quinta edición. Editorial Pearson Educación. México.
- Petras, J. (2002). Globalización y Ciudadanía. Segunda Parte. Pág.1. Disponible en: <http://ar.gocites.com/vealylea2002/petras/06-19-00globalización2.htm>. Consulta: 01/02/2007.
- Rozas, P. (2002). Competencia y conflictos regulatorios de la industria de telecomunicaciones de América Latina. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES. Publicación N° 25 de las Naciones Unidas en Gestión Pública. Santiago de Chile. Disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/uneclac/unpan016054.pdf>. Consulta: 12/10/2006.
- Samuelson, P. & Nordhaus, W. (1996). Economía. Madrid: Editorial Mc Graw-Hill. Décimoquinta edición.
- Samuelson, P. & Nordhaus, W. & Salazar C. & Rodríguez G. & Cruz R. (2005). Microeconomía con aplicaciones en Latinoamérica. México: Editorial Mc Graw Hill, 17ma. Edición.
- Superintendencia para la promoción y protección de la libre competencia. (1999). Lineamientos de Evaluación de las operaciones de Concentración Económica. Gaceta Oficial de la República N° 36.819 del 1ro. Noviembre de 1999. Disponible en: <http://www.procompetencia.gov.ve/lineamientosconcentracion.html>. Consulta: 15/10/2006.
- Superintendencia para la promoción y protección de la libre competencia. (2006). La decisión también da luz verde para fusión Digitel, Digicel e Infonet, Disponible en: <http://www.procompetencia.gov.ve/Nota%20Prensa%20Digitel-Telvenco.htm>. Consulta: 26/06/2006.
- Troncoso, Cristian. & Lobos, G. (2004). Márgenes de comercialización y concentración industrial en el mercado de frutas y hortalizas en Chile. En Revista Agroalimentaria. N° 18. Enero-Junio. Venezuela.