

Batalla entre Slim y Salinas ahora se librá en Colombia

Portafolio.co

01 Noviembre 2011

La licitación de fibra óptica en el país es el nuevo escenario de la disputa entre los mexicanos.

La licitación del Plan Nacional de Fibra Óptica, prevista para este viernes y con la cual el Gobierno colombiano quiere llevar Internet de banda ancha a más de 700 municipios del país, es el nuevo capítulo de una disputa de largo aliento entre los millonarios mexicanos Carlos Slim y Ricardo Salinas Pliego por el mercado de telecomunicaciones.

El enfrentamiento tiene sus orígenes en México, pero se internacionalizó luego de que el Grupo Salinas manifestara interés de ampliar su presencia en América Latina e incursionar en países en los cuales no está, entre ellos Colombia.

Si bien a Salinas le interesan el comercio y la banca (negocios que ya tiene en 8 países), también quiere ampliar su área de telecomunicaciones, sector en el cual reinan Telmex y América Móvil –las joyas de la corona de Slim–.

Es ahí en donde entra a jugar la licitación de fibra óptica en Colombia.

Este proyecto se convierte en una oportunidad perfecta para el Grupo Salinas, en la medida en que no sólo sería la punta de lanza para su desembarco en el mercado colombiano, sino que además le abre las puertas para ofrecer los servicios de Internet, telefonía fija y televisión, e incluso celulares.

Pero esta licitación también le interesa a otros tres jugadores del mercado colombiano: el consorcio de Media Commerce Partners, ZTE, Exicom y Anditel; y los ‘pesos pesados’ Telefónica y Telmex.

Este último, que es rey en el negocio de telefonía, televisión e Internet en Colombia, no está dispuesto a ceder terreno, al tiempo que el Grupo Salinas busca ganar espacio como sea.



Cada quien envió sus propuestas, pero en las últimas semanas han remitido sendas comunicaciones al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), argumentando las razones legales, de fondo y de forma por las cuales los demás competidores deberían ser descalificados, pero al mismo tiempo han puesto en marcha toda su artillería para defenderse de los ataques que vienen de los otros proponentes.

Sólo hasta este viernes se sabrá quién ganó este 'round' en la pelea, o si tendrán que ver cómo un tercero se queda con el proyecto colombiano de casi medio billón de pesos y muchas oportunidades.

Pisando las mangueras

Mientras esto ocurre en Colombia, en México el asunto tiene que ver con que a Slim le interesa incursionar en televisión, mientras que Salinas quiere crecer en telefonía.

En otras palabras, ambos emporios empresariales se estarían 'pisando las mangueras'.

El Grupo Salinas es dueño de TVAzteca, con lo cual ocupa el segundo lugar en televisión después de Televisa, así como de Totalplay, con la cual ofrece televisión paga, telefonía e Internet.

En el negocio de televisión en el país azteca, Slim no tiene presencia, pues la licencia de telecomunicaciones que tiene no se lo permite, aunque está adelantando gestiones para lograrlo.

Incluso estableció una alianza con una firma de televisión paga, al tiempo que se ha volcado a lo que puede hacer en América Latina y en Colombia, donde sí domina el mercado de cable.

En telefonía, Telmex es líder indiscutible, tanto en fijos como en móviles. Su marca de celulares Telcel tiene casi el 70 por ciento del mercado, y el resto está repartido entre otras cuatro compañías: Movistar, Nextel, Maxcom y Iusacell-Unefon, esta última perteneciente a Salinas.

En apariencia esto no tiene nada raro, pero la complicación está en que la puesta en marcha de sus estrategias se ha convertido en una disputa en la cual ambos se acusan de estar adelantando una 'guerra sucia'.



El capítulo más reciente comenzó cuando los operadores de telefonía móvil se quejaron ante las autoridades del sector al considerar que Telcel estaba cobrando tarifas muy altas por los cargos de interconexión, es decir, por el uso de sus redes, y le acusaron de abusar de su posición dominante.

Además Telmex ya le había incumplido a Iusacell con unos pagos por interconexión, aunque después se excusó al señalar que hubo errores en facturas.

Posteriormente, la disputa se trasladó a las televisoras, pues a finales del año pasado se les acusó de haber acordado un alza en los precios de la publicidad de las empresas de Slim, lo cual desembocó en que este retirara la pauta de Televisa y TVAzteca.

Concedores del tema señalan que el tema no terminará hasta tanto las autoridades mexicanas no establezcan reglas de juego claras en el sector.

LOS OTROS NEGOCIOS

Además de las telecomunicaciones, el Grupo Salinas y el Grupo Carso de Carlos Slim también compiten en otros campos.

Por ejemplo, uno de los segmentos clave para Salinas y con el cual ya tienen presencia en ocho países adicionales a México es el comercio, con su marca Elektra. Además de ésta, en México tienen los formatos Salinas y Rocha, para atender a bajos estratos.

En comercio, el Grupo Carso tiene una división que opera las tiendas Sanborns, Sears y los centros comerciales Loreto y Cuicuilco.

El otro fuerte de Salinas son los servicios financieros, por medio del Banco Azteca y una división de pensiones, cuyo enfoque es el microcrédito y con el cual también quiere incursionar en Colombia.

Ahí, Slim tiene al grupo financiero Inbursa, que ofrece banca, seguros e inversión, entre otros. Esto sin contar con sus otros negocios en industria, petróleo y hotelería, entre otros.

