

INFORME SOBRE EL DESARROLLO MUNDIAL DE LAS TELECOMUNICACIONES 1996-97

El comercio en el sector de las telecomunicaciones

Resumen de conclusiones



Febrero de 1997

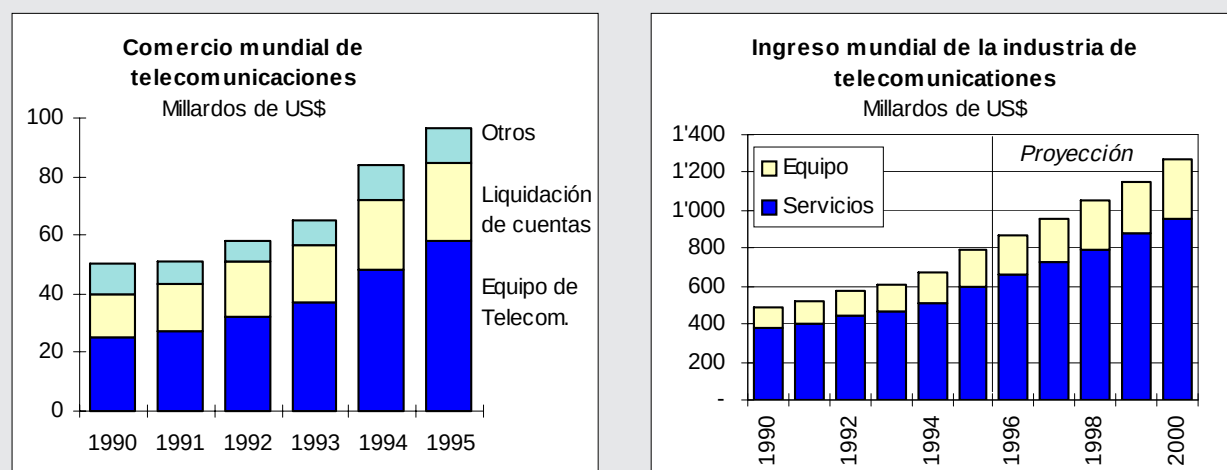
UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

¿Qué es el comercio de las telecomunicaciones, en qué radica su importancia y cuáles son sus ventajas? La tercera edición del Informe sobre el *Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones* de la UIT responde a estas tres preguntas. El Informe llega en el momento oportuno porque coincide con la conclusión de las negociaciones celebradas por el Grupo sobre Telecomunicaciones Básicas de la OMC. El acuerdo alcanzado incluye a las telecomunicaciones básicas en el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS). Su importancia radica en que hace extensivas las disposiciones del AGCS a prácticamente todo el sector de los servicios de telecomunicaciones, en el que se manejan cifras de 600 millardos de dólares de Estados Unidos.

Tradicionalmente, el comercio de los servicios internacionales de telecomunicación era objeto de acuerdos bilaterales entre naciones. Las negociaciones sobre telecomunicaciones de la OMC abren el camino a un marco multilateral para un comercio más libre, la liberalización de los mercados y la competencia. Este Informe traza la evolución desde el antiguo sistema de telecomunicaciones internacionales a un nuevo régimen de competencia mundial. Reuniendo datos nunca publicados anteriormente, el Informe cuantifica el valor del comercio transfronterizo de las telecomunicaciones, que se calcula que en 1996 ha superado los 100 millardos de dólares de Estados Unidos (véase la figura 1).

Figura 1: Las telecomunicaciones se mundializan

Tendencias del comercio mundial de las telecomunicaciones, 1990-95, y venta mundial total de equipo y servicios de telecomunicaciones, 1990-2000



Nota: El gráfico de la izquierda muestra el valor del comercio de las telecomunicaciones a nivel internacional. Las exportaciones de equipo de telecomunicaciones abarcan las categorías de productos siguientes: SITC 764.1, 764.3, 764.81 y 764.91. La liquidación de cuentas corresponde a los pagos estimados en telefonía efectuados como parte del sistema de tasas de distribución para finalizar llamadas telefónicas internacionales. Otros es una estimación de otros tipos de comercio de telecomunicaciones obtenido, por ejemplo, por inversión directa extranjera en privatizaciones, empresas de servicios móviles, acuerdos de construcción y transferencia, concesión de licencias, préstamos y ayuda, servicios consultivos de telecomunicaciones, tránsito móvil, etc.

El gráfico de la derecha muestra el valor total del mercado de las telecomunicaciones.

Fuente: Base de datos sobre indicadores de telecomunicaciones mundiales de Naciones Unidas.

¿Qué es el comercio de las telecomunicaciones?

El comercio internacional en el sector de las telecomunicaciones puede definirse como la operación de venta de equipos o servicios de telecomunicaciones que traspasa las fronteras nacionales. La exportación e importación de *equipo* de telecomunicaciones corresponde en gran medida a lo que tradicionalmente se entiende por comercio, esto es, la actividad de comprar y vender. Las exportaciones mundiales de equipo de telecomunicaciones ascendieron en 1995 a 58 millardos de dólares de Estados Unidos, un aumento de más del 20% respecto al año anterior y de más del doble desde 1990. Las exportaciones representan actualmente en torno a un tercio del mercado total de estas mercancías, proporción que sigue aumentando de forma constante. Este auge obedece en gran medida al crecimiento de la demanda de servicios de telecomunicaciones, que a su vez está impulsando la construcción y modernización de redes.

Hasta hace poco, las posibilidades de comerciar con los *servicios* de telecomunicaciones eran más escasas que con los equipos. El comercio de los servicios de telecomunicaciones abarca transacciones que traspasan las fronteras nacionales, como las llamadas telefónicas o el correo electrónico enviado de un país a otro. También incluye la inversión extranjera, como la adquisición de empresas de telefonía por inversores extranjeros o el establecimiento de operaciones mixtas con capital local y extranjero para crear nuevas empresas de servicios de telecomunicaciones. Pero ¿qué se está comprando y vendiendo exactamente? Una manera de responder a esta pregunta es observar de qué forma puede hacerse comercio con los servicios: suministro transfronterizo, presencia comercial, consumo en el extranjero y movimiento de personal.

De estos cuatro métodos, el suministro *transfronterizo* es con gran diferencia el más importante. Las llamadas telefónicas

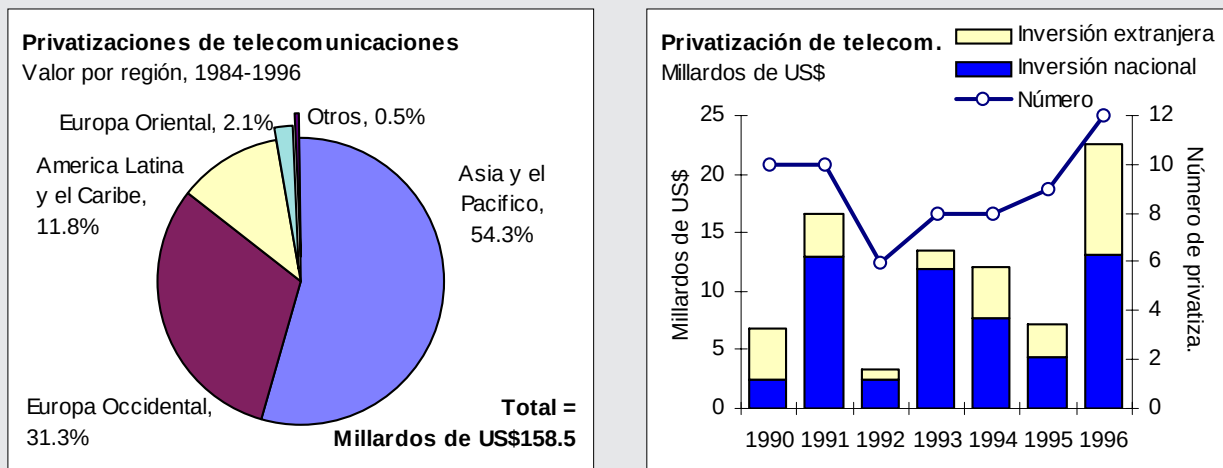
internacionales han aumentado de menos de 4 millardos de minutos en 1975 a más de 60 millardos en 1995, lo que representa un crecimiento del 15% anual. En 1995, las llamadas telefónicas internacionales generaron unos ingresos por valor de 53 millardos de dólares de Estados Unidos, lo que corresponde al 8,7% del mercado mundial de servicios de telecomunicaciones.

El segundo método en importancia es la *inversión extranjera* destinada a establecer una presencia comercial. Tradicionalmente, las posibilidades de inversión extranjera en el sector de los servicios de telecomunicaciones han sido escasas debido a que en la mayoría de los países los operadores estatales ejercían un monopolio. Esta época está llegando a su fin. Desde 1984, se han privatizado 44 Operadores de Telecomunicaciones Públicas (PTO) lo que ha originado unos ingresos de 159 millardos de dólares de Estados Unidos (figura 2). Alrededor de un tercio de esta inversión procede de fuera del país del operador privatizado. Para obtener capital extranjero pueden ponerse a la venta acciones o, lo que es más frecuente, venderse a un socio estratégico una parte minoritaria del PTO. Aparte de las privatizaciones, los inversores extranjeros cuentan cada vez con más posibilidades de crear filiales extranjeras o asociarse con otros en operaciones mixtas. El mercado de las comunicaciones móviles ha resultado particularmente rentable una vez que los países han concedido licencias a nuevos operadores e introducido nuevos servicios.

Por último, una pequeña pero creciente parte del comercio de los servicios de telecomunicaciones se deriva ya sea del *desplazamiento de los clientes* o del *desplazamiento del personal* fuera de su país. Aunque resulta difícil de cuantificar, los datos de que se dispone dejan entrever que esta forma de comercio es ya importante y que crece con rapidez. Ejemplos de ello son la itinerancia y las actividades de consultoría sobre telecomunicaciones.

Figura 2: Operadores de telecomunicaciones públicas en venta

Valor de las privatizaciones de PTO, por región, 1984-1996 y en el tiempo 1990-1996



Nota: El gráfico de la izquierda abarca todas las privatizaciones de PTO desde 1984.

Fuente: Base de datos sobre privatizaciones de las telecomunicaciones de la UIT.

¿En qué radica la importancia del comercio de las telecomunicaciones?

El comercio de las telecomunicaciones es importante por dos motivos. En primer lugar, porque la industria de las telecomunicaciones es por sí misma un sector de peso y en crecimiento. En valor de mercado, la industria de las telecomunicaciones ocupa el tercer puesto mundial tras la atención sanitaria y la banca, mientras que las exportaciones de equipo de telecomunicaciones y ofimática fueron las de mayor crecimiento en 1995. En segundo lugar, porque las telecomunicaciones desempeñan un importante papel para otras industrias. La información, y los servicios para acceder a ella y para procesarla y difundirla en forma electrónica, se han convertido en un recurso estratégico de tanto valor como la tierra, la mano de obra y el capital. Así pues, las telecomunicaciones poseen una doble función como producto y servicio comercializados y como impulsor del comercio de otros productos y servicios.

Respecto a las telecomunicaciones en tanto que industria, el sector generó en 1995 unas ventas combinadas por valor de 788 millardos de dólares de Estados Unidos, de los cuales tres cuartas partes correspondieron a los servicios y una a la venta de equipos. La mejora cíclica iniciada en 1992 ha proseguido y se ha acelerado. En 1995, las ventas de servicios de telecomunicaciones aumentaron en términos reales en un 7%. No parece que este crecimiento esté ralentizándose, ya que el sector de telecomunicaciones está expandiéndose a un ritmo dos veces mayor que el de la economía en su conjunto (Figura 3).

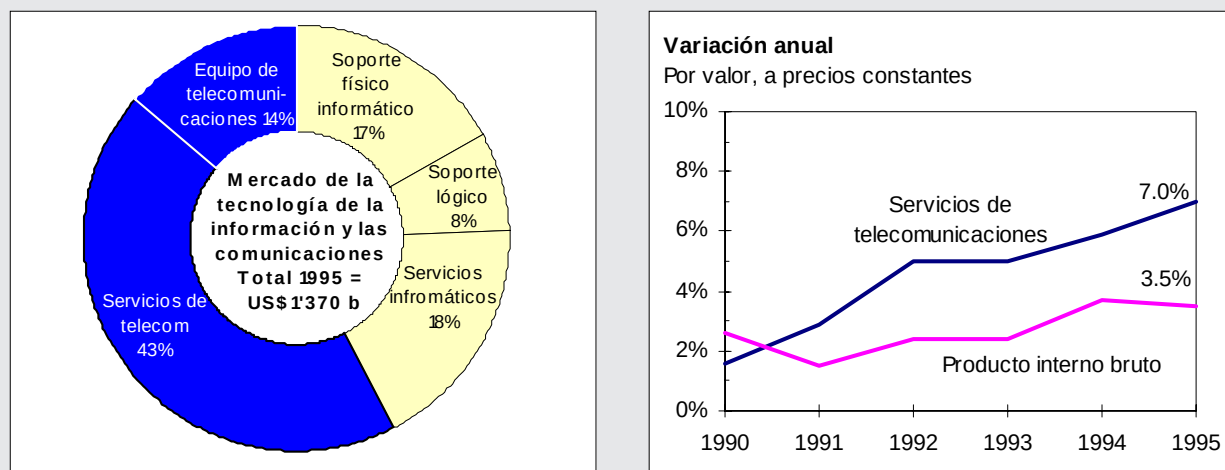
No es difícil explicar las causas de este crecimiento. En 1995, las redes telefónicas de línea fija se ampliaron con 45 millones de nuevas líneas en el mundo (frente a

38 millones en 1994). De igual modo, el sector de las telecomunicaciones móviles prosiguió su rápido crecimiento en 1995, con 33 millones de nuevos abonados en el mundo (19 millones en 1994). Si proyectamos hacia el futuro la tendencia de los últimos cinco años, es probable que para 1998 el sector de las telecomunicaciones sea una industria mundial de 1 billón de dólares; y al final del siglo, la base combinadas de telefonía de línea fija y telefonía móvil girará en torno a un millardo.

Además de con mayor rapidez, también la industria está creciendo de manera más sólida. En 1995, el gasto medio de los usuarios de telecomunicaciones ascendió en casi 100 dólares de Estados Unidos hasta alcanzar los 905 dólares de Estados Unidos. Asimismo, el volumen del tráfico internacional generado aumentó un 5% a 89 minutos por año, dando un nuevo impulso al comercio y al turismo mundiales. Por otra parte, el sector de las telecomunicaciones está en el centro mismo de una industria mucho más amplia -la tecnología de la información y la comunicación o «infocomunicaciones»- cuyo valor era de unos 1 370 millardos de dólares de Estados Unidos en 1995. La convergencia del sector de las telecomunicaciones con la informática y el mundo de la radiodifusión está creando nuevas sinergias, que se observan del modo más evidente en el crecimiento exponencial de Internet, cuyo tamaño se sigue duplicando todos los años. A comienzos de 1997, había unos 16 millones de computadores conectados con Internet y más de 50 millones de usuarios. La importancia de Internet reside quizá, no tanto en lo que es, sino en lo que acabará siendo. Lo mejor es considerarla el prototipo de una «infraestructura mundial de la información» que servirá de plataforma para el comercio electrónico en el siglo XXI.

Figura 3: Progreso sin trabas

Mercado de la tecnología de la información y de las comunicaciones, por valor, en 1995 y variación anual de las ventas mundiales de telecomunicaciones y PIB 1990-95



Nota: En el gráfico de la derecha, la variación anual se muestra a precios constantes.

Fuente: UIT, Observatorio Europeo de Tecnología de la Información y Fondo Monetario Internacional.

¿Quién se beneficia de la liberalización del comercio de las telecomunicaciones?

Y pasamos a la tercera pregunta: ¿cuáles son las ventajas de la liberalización del comercio? Un comercio más libre de las telecomunicaciones promete al menos tres ventajas económicas: Productos y servicios nuevos y mejorados, precios más bajos y mayores inversiones. La apertura del comercio de servicios de telecomunicaciones fomentará la competencia, haciendo bajar los precios para la mayoría de las empresas y para muchos consumidores y ampliando el número de proveedores de servicios disponibles en el mercado.

Donde mejor pueden apreciarse estas ventajas es en el segmento del mercado en el que actualmente se produce una mayor competencia, es decir, los servicios de telefonía internacional. Los mercados en que se permite la competencia directa han mostrado índices de crecimiento superiores a los de los países que han conservado un monopolio. En el caso de las economías desarrolladas, esta diferencia es significativa; desde 1990, la competencia ha aumentado el índice de crecimiento del tráfico por abonado del 5,6 al 9,3%. No obstante, esa disparidad es mucho más patente en los mercados en desarrollo: en el mismo periodo, el tráfico internacional por abonado aumentó en los mercados competitivos un 11,7% anual frente a sólo el 5,2% anual de los mercados monopolísticos. De ello se desprende que las posibles ventajas de la liberalización comercial pueden de hecho manifestarse con *más* fuerza en los mercados emergentes que en los desarrollados.

Cabe preguntarse por qué. En parte, se debe a la demanda no satisfecha. En los mercados en desarrollo hay unos 43 millones de personas en listas de espera

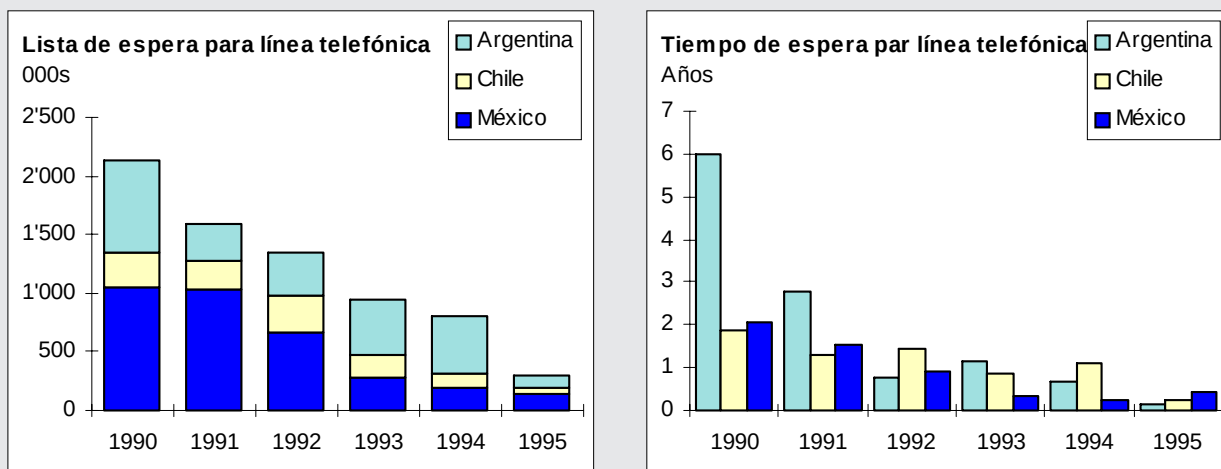
para obtener la conexión telefónica, lo que logran en más de un año por término medio. Estas listas se podrían reducir drásticamente realizando nuevas inversiones en el mercado, como fue el caso de los mercados en desarrollo que privatizaron sus operadores de telecomunicaciones públicas a principios del decenio de los 90 (véase la figura 4).

¿Qué hay que decir de los posibles costes de la liberalización comercial? Algunos gobiernos temen perder el control sobre las entradas y la propiedad en sus mercados nacionales. La realidad es que, a nivel internacional, han perdido prácticamente el poder para decidir quién suministra los servicios. Por ejemplo, el desarrollo de procedimientos de llamada alternativos, tal como la llamada por intermediario (call-back), se ha producido en los últimos años de manera mucho más rápida de lo que se esperaba. Como consecuencia, en casi todos los mercados existe ahora un cierto grado de competencia.

Al comprometerse a liberalizar sus mercados, los gobiernos no hacen más que reconocer lo que es ya una realidad. En particular, es necesario reflexionar sobre el nuevo papel del gobierno, que de agente directo en el sector de las telecomunicaciones ha pasado a ser un reglamentador. Aunque su influencia operacional directa puede verse considerablemente disminuida, los gobiernos tendrán más trabajo en el marco de un mercado competitivo que en una situación de monopolio. Ello se debe a que, tanto los actuales agentes del mercado como los potenciales, buscarán una orientación clara sobre el tipo de régimen que se establecerá para cuestiones tales como la interconexión, la numeración, las obligaciones de servicio universal y la política tarifaria.

Figura 4: No más espera

Lista y tiempo de espera para obtener una línea telefónica con los operadores privatizados de Argentina, Chile y México, 1990-95



Nota: Argentina, Chile y México vendieron acciones de los operadores de telecomunicaciones nacionales a inversores extranjeros estratégicos en 1990. El gráfico de la derecha se ha calculado dividiendo el contenido de la lista de espera por el número de líneas principales añadidas durante el año.

Fuente: Base de datos sobre indicadores de las telecomunicaciones mundiales de la UIT.

Hacia un marco comercial multilateral

Está surgiendo un nuevo paradigma para el comercio internacional de las telecomunicaciones. El antiguo, que podría describirse vagamente como telecomunicaciones «inter-nacionales», se basaba en relaciones bilaterales entre países. Los operadores monopolísticos de esos países colaboraban en la prestación conjunta de servicios internacionales. Este modelo está ahora desapareciendo no tanto porque no funcione, sino más bien porque no se adapta plenamente a la situación actual. Está surgiendo uno nuevo, basado en la competencia mundial. Este nuevo modelo reconoce que el comercio de equipo y servicios de telecomunicaciones tiene lugar actualmente en un entorno multilateral en el que en la mayoría de las relaciones comerciales existen múltiples intermediarios entre el comprador y el vendedor. Estamos pasando de un mundo de relaciones entre interlocutores individuales a otro de relaciones entre interlocutores múltiples. Quienes comercian no son ya naciones unas con otras, sino empresa e individuos entre sí.

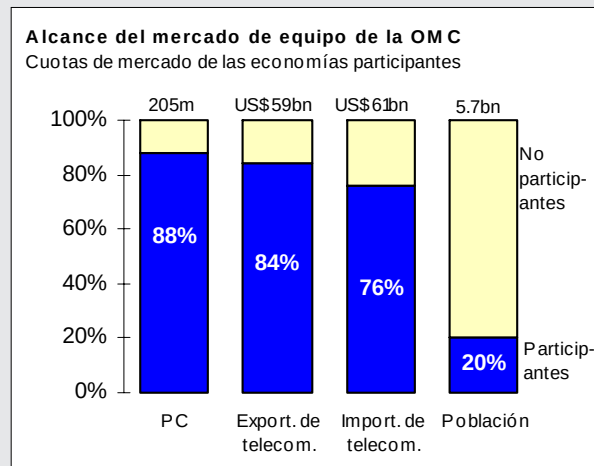
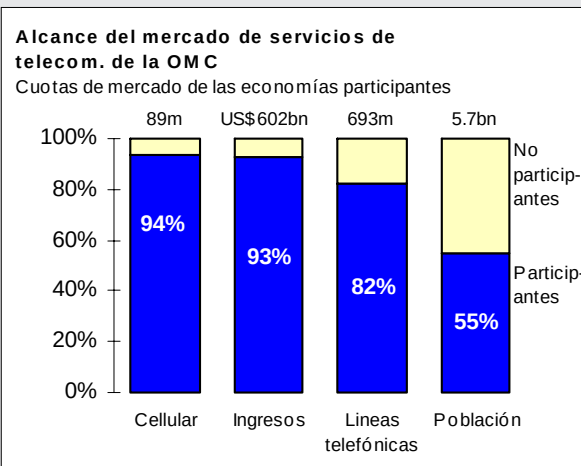
¿Cuáles serán las consecuencias de las medidas de apertura de los mercados adoptadas en el marco de la Organización Mundial del Comercio? La importancia de los acuerdos radica en dos razones principales. En primer lugar, los países que han realizado ofertas o asumido compromisos representan una gran parte del mercado mundial total. Los

69 gobiernos que realizaron ofertas durante las negociaciones sobre los servicios de telecomunicaciones básicas (Ginebra, 15 de febrero de 1997) constituyen un 94% del mercado mundial de los servicios de telecomunicaciones (véase la figura 5). De manera similar, los 28 gobiernos que firmaron la Declaración Ministerial sobre el Comercio de Productos de Tecnología de la Información (Singapur, 13 de diciembre de 1996) representan el 84% de las exportaciones mundiales de equipos de telecomunicaciones. En segundo lugar, dado que los acuerdos se han negociado como parte de un tratado multilateral, las ofertas y los compromisos son vinculantes para los gobiernos y prácticamente irreversibles.

Para muchos usuarios de los servicios de telecomunicaciones, la transición a un sistema de comercio multilateral será positiva, aumentando la posibilidad de elección y haciendo bajar los precios. La mayoría de las empresas de explotación se verán significativamente beneficiadas con la creación de nuevas oportunidades de mercado y un marco de actuación más equitativo. El objetivo es extender la solución del multilateralismo, en el que todos los países avanzan juntos y todos salen beneficiados, no sólo las empresas de explotación con poder en el mercado. Únicamente entonces las ventajas de la competencia mundial se extenderán a todos los habitantes del mundo.

Figura 5: Camino a la masa crítica

La parte del mercado de los países que participan en las negociaciones sobre telecomunicaciones de la OMC



Nota: En el gráfico de la izquierda se presenta la parte del mercado mundial que corresponde a las economías que han formulado ofertas o compromisos en las negociaciones de la OMC sobre telecomunicaciones básicas. En el gráfico de la derecha se presentan las mismas estadísticas en relación con las economías que han firmado la Declaración Ministerial sobre la exportación de productos de tecnología de la información.

Fuente: Base de datos sobre indicadores de las telecomunicaciones mundiales de la UIT y OMC.

Cuadro 1: Indicadores mundiales clave del sector de los servicios de telecomunicaciones

<i>(en millones de dólares de Estados Unidos)</i>	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 ^e
Ingresos por servicios de telecomunicaciones	377'200	404'600	447'100	470'200	511'500	601'500	670'000
Variación real anual ¹	1.6%	2.9%	5.0%	5.0%	5.9%	7.0%	
-Ingresos por el servicio telefónico ²	329'300	348'100	367'400	373'300	391'100	441'800	472'000
—de los cuales por telefonía internacional ³	42'600	46'800	50'800	52'200	54'100	62'800	69'000
-Ingresos por el servicio móvil	14'100	19'100	26'700	35'900	49'400	82'500	118'000
-Otros ⁴	33'800	37'400	53'000	61'000	71'000	77'200	80'000
Inversiones ⁵	114'600	123'500	131'300	134'900	139'300	151'500	160'000
<i>Millones</i>							
Número de líneas principales	519'383	545'140	573'621	605'909	647'470	692'955	745'000
Abonados celulares móviles	11'194	16'180	23'210	34'182	55'352	88'339	135'000
Minutos de tráfico telefónico internacional	33'326	37'888	43'332	48'877	55'754	61'778	68'000

Nota: Todos los datos en millones de dólares de Estados Unidos se han convertido utilizando los tipos de cambio medios anuales.^e Estimaciones preliminares. ¹ En tipos de cambio de 1995 y precios constantes. ² Ingresos por instalación, suscripción y cobro de llamada en el servicio telefónico fijo. ³ Por método de contabilidad utilizado en el país (es decir, al por menor, al por mayor o neto). ⁴ Se incluyen los ingresos obtenidos por el arriendo de circuitos, servicios de comunicación de datos, télex y telegrafía y otros ingresos relacionados con las telecomunicaciones. ⁵ Gasto de capital en equipo de telecomunicaciones. Obsérvese que las inversiones efectuadas por el creciente número de nuevas empresas que entran en el mercado no se refleja siempre en las estadísticas nacionales.

Fuente: Banco de datos sobre indicadores de las telecomunicaciones mundiales de la UIT.

Fecha de publicación :	Febrero de 1997
Formato :	A4 (21 x 29.7 cm)
Número de páginas :	150 de texto, 80 páginas de cuadros estadísticos
Idiomas :	ediciones separadas (francés, inglés, español)
ISBN :	92-61-06391-8 (English)

Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones 1996/97

Precio en francos suizos

Precio del catálogo	120.-
Miembros de la UIT	102.-
Administraciones de los países menos adelantados	72.-

Base de datos sobre indicadores de las telecomunicaciones, 1996

Precio en francos suizos

Precio del catálogo

Miembros de la UIT

Un ejemplar	300.-	255.-
Suscripción anual en disquete (4 ediciones)	750.-	640.-
Suscripción anual en Internet (12 ediciones)	750.-	640.-

Nota: Las versiones electrónicas del Informe también pueden adquirirse en línea (<http://www.itu.int/indicators>).

PAGO DE PUBLICACIONES

Se ruega a las Administraciones de la UIT cuyas cuentas estén sometidas al Acuerdo N° 387 del Consejo de Administración (CA35.1980) y a los nuevos clientes que, al efectuar el pedido de la publicación, adjunten el pago al pedido.

Los pagos pueden efectuarse de la siguiente manera:

- **Para Suiza:** por giro a la cuenta de cheques postales de la UIT: Ginebra 12-50-3.
- **Para todos los demás países:**
 - a) por giro postal internacional;
 - b) con bonos de libros UNESCO;
 - c) por transferencia bancaria de la Société de Banque Suisse, Ginebra, cuenta N° C8-765,565.0.

Se admiten también cheques en cualquier otra moneda, libremente convertible en francos suizos, a condición de que la conversión del cheque permita cubrir el importe de la compra al precio fijado en francos suizos.

- La UIT no acepta cartas de crédito como forma de pago.
- Se aceptan las tarjetas de crédito siguientes:
 - American Express;
 - Eurocard-Mastercard;
 - Visa.

Boletín de suscripción: Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones y Base de Datos sobre Indicadores de las Telecomunicaciones Mundiales

Le ruego me envíe:

-ejemplares del Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones 1996/97
.....un ejemplar de la Base de Datos sobre Indicadores de las Telecomunicaciones Mundiales, 1996
.....suscripción anual al banco de datos sobre indicadores de las telecomunicaciones mundiales en disquete/Internet
.....por correo ordinario (franqueo comprendido en el precio)
.....por correo aéreo (el franqueo será pagado por el suscriptor)
.....Le ruego me envíe información sobre otros Informes y Bancos de Datos sobre Indicadores de las Telecomunicaciones

☐ francés

☐ inglés

☐ español

Dirección para los envíos:

Dirección para la facturación (si es diferente):

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

Forma de pago:

En los pedidos sujetos a pago previo le rogamos que adjunte al pedido un cheque o una orden de pago a nombre de la UIT o que dé la información necesaria sobre su tarjeta de crédito.

- ☐ Cheque u orden de pago adjunto de francos suizos
☐ Transferencia bancaria de francos suizos a la Société de Banque Suisse, Ginebra; N° C8-765,565.0
☐ Cargo de francos suizos a la tarjeta de crédito:
☐ American Express ☐ Eurocard/Mastercard ☐ Visa

Número de la tarjeta:

Fecha de expiración:

Titular de la tarjeta:

Fecha: **Firma:**

Sírvase firmar y enviar el formulario relleno a:

UIT

Servicio de Ventas y Marketing
Place des Nations
CH - 1211 GINEBRA 20
Suiza

Telefax
Teléfono
X.400
Internet

+41 22 730 5194
+41 22 730 6143
S=sales; P=itu; A=arcom; C=ch
sales@itu.int