

GRUPO CARSO Y TELEFONÍA EN MÉXICO

Urdimbre de poder económico, político y social

Delia Crovi Druetta¹

El 8 de marzo de 2007 la revista *Forbes* dio a conocer la lista de los hombres más ricos del mundo (www.forbes.com). En el tercer lugar se ubica el mexicano Carlos Slim Helú, presidido sólo por Billy Gates (Microsoft) y Warren Buffet (finanzas). Según esta lista Carlos Slim, principal accionista del Grupo Carso, cuenta en su fortuna personal con nada menos que 49,000 millones de dólares. La revista *Proceso* (No.1583, 4 de marzo de 2007) indica que esta cifra es similar a los ingresos petroleros nacionales durante dos años, en tanto que *Forbes* la equipara con el 6.3% de la producción económica anual de México.

La primera vez que Slim aparece en *Forbes* fue en 1991, registrando entonces mil millones de dólares, una cifra pequeña si se compara con los más de tres millones de dólares que para entonces había acumulado Emilio Azcárraga, dueño de Televisa. Sin embargo, gracias a su participación en el negocio de la telefonía fija y móvil, sus ganancias crecen hasta colocarlo en 1994 entre los mexicanos más ricos, lugar del cual no ha sido desbancado hasta ahora. En 1997 llega a 6 mil 600 millones de dólares y según los listados de *Forbes*, para el año 2000, Carlos Slim Helú acumulaba 7 mil 900 millones de dólares. Pero fue en 2001, con 10 mil 800 millones de dólares, cuando inicia su verdadero despegue. Esta fortuna para 2005 ya había crecido a 30 mil millones de dólares. La sorpresa es que en tan solo un año, Carlos Slim sumó a su capital 19,000 millones de dólares, un hecho sin precedentes en los registros de *Forbes*, ya que representó un incremento de 63% en un solo año.

La expansión del Grupo Carso ha sido la clave del éxito. Carso está integrado por un conglomerado de empresas con distintas actividades entre las que sobresalen Teléfonos de México (Telmex) y América Móvil, que presta servicio de telefonía celular a través de Telcel. No es casual que Slim comenzara a aparecer en las listas de los más ricos de México a principios de

¹ Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM.

Investigadora Nacional, Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT.

la década de los 90, ya que fue en 1990 cuando como consecuencia de los procesos privatizadores encarados por el gobierno neoliberal de Carlos Salinas de Gortari, se pone a la venta Telmex. Grupo Carso compra Telmex y a partir de allí comienza a explotar la telefonía fija en condiciones de monopolio, base a partir de la cual multiplicaría no sólo su fortuna sino las actividades del Grupo.

Actualmente, Slim Helú maneja los siguientes grupos empresariales: Carso Global Telecom, América Telecom, Grupo Carso (que lleva el control de Carso Industrial y Carso Comercial) y Grupo Financiero Inbursa. El control de esta gran variedad de actividades que abarcan el ramo comercial, industrial y de consumo, coloca a Grupo Carso entre los conglomerados más grandes e importantes de América Latina.

En el ramo comercial sus principales empresas se agrupan en Grupo Sanborns, que a su vez está integrado por la cadena de tiendas Sanborns, Sanborns Café, El Globo, así como por la cadena de tiendas de música con diferentes formatos (como Mixup, Discolandia y Feria del Disco) y las tiendas departamentales Sears Roebuck de México. El sector industrial de Carso está formado por empresas como Condumex, dedicada a la manufactura y comercialización de productos dirigidos a la industria de la construcción, energía, automotriz y telecomunicaciones; Nacobre, fabricante de productos de cobre, aluminio y PVC y Minera Frisco, con operaciones en ferrocarriles, en el sector químico y en el minero. En cuanto al sector consumo, las empresas más destacadas de Carso son: Porcelanite, productor de recubrimientos cerámicos para pisos, muros y similares, y Cigatam, que en sociedad con Philip Morris, produce y comercializa cigarros de marcas como Marlboro, Benson and Hedges, y Delicados.

Grupo Financiero Inbursa posee Banco Inbursa, Seguros Inbursa, Casa de Bolsa Inversora Bursátil, Arrendadora Inbursa, Fianzas laGuardiana y Afore Inbursa, entre otras compañías. Posee también US Commercial Corp., tenedora de las acciones de CompUSA, Salud Inbursa.

Otras empresas destacadas en manos de Slim son: Reynolds Aluminio, Euzkadi, y Hulera, El Centenario Firestone, Artes Gráficas Unidas, Papel Loreto y Peña Pobre. En materia de telecomunicación, además de las ya mencionadas Telmex y Telcel, cuenta con una participación minoritaria de Apple. En 1998 aparece Prodigy en las carteras de Carso y se asocia para asumir el mando de Teléfonos de Guatemala. Asimismo en esos años nace Telmex USA y posteriormente adquiere Celular Communications de Puerto Rico y CompUSA. En el 2000, asociado con

Microsoft, Telmex crea el concepto T1msn. Tiene además intereses en las dos cadenas de televisión abierta más importantes de México: Televisa y TV Azteca.

Por otro lado Slim como socio mayoritario de Grupo Carso, posee el 71% del capital de una nueva compañía, Impulsora del Desarrollo Económico de América Latina, IDEAL, creada en mayo de 2005 con un capital social de 788 millones de dólares (631,76 millones de euros), con el propósito de invertir en la construcción de carreteras y aeropuertos de toda Latinoamérica. En la parte financiera, IDEAL es apoyada por otra de sus empresas: Grupo Financiero Inbursa, que recientemente ha invertido también en la línea aérea Vuela. Publicaciones periodística estiman que en conjunto, las empresas manejadas por Carlos Slim dan empleo a 218,000 mexicanos (www.yucatan.com.mx/noticias).

El crecimiento de la fortuna personal de Carlos Slim Helú tiene especial relevancia porque ha sido fruto del proceso de cambio tecnológico en la telefonía y la introducción de los servicios de Internet en México. Además, las recientes modificaciones a la legislación sobre convergencia tecnológica pueden favorecer su ingreso al mercado de la televisión. La riqueza acumulada por Slim y su injerencia en una multiplicidad de actividades comerciales, industriales y de servicio, permiten afirmar que se ha convertido un poder fáctico que más allá de lo económico, influye en decisiones fundamentales para la vida política, social y democrática del país. A partir de este supuesto y de los antecedentes que hemos presentado, el propósito de estas reflexiones es referir el origen y la evolución de la telefonía fija y celular en México, así como analizar su situación actual.

TELMEX o la telefonía fija en México

La historia de la telefonía en México inicia en 1904 cuando Ericsson introdujo el servicio público en la capital, transformándose más tarde en Empresa de Teléfonos Ericsson. En 1925 ITT inicia operaciones en el país, estableciendo otra red telefónica. En 1942 ambas empresas, ITT y Ericsson, se interconectan. Cinco años más tarde un grupo de mexicanos la compra, conservándose una parte de capital sueco. A partir de entonces pasa a llamarse Compañía Telefónica Mexicana. Fue en 1958 cuando al fin las redes se unen para dar lugar a Teléfonos de México (Gomez Mont en Crovi, 1995).

Aunque existían algunas empresas menores que operaban a nivel regional, desde sus inicios Teléfonos de México tuvo una vocación monopólica al concentrar la mayor parte de las

líneas. En 1972, en pleno periodo neopopulista, el gobierno adquiere la mayoría de las acciones de la que desde entonces se conocería como Telmex. La fuerza de esta empresa puede advertirse en los siguientes datos: en 1977 manejaba el 98% de los servicios telefónicos y controlaba el 90% de sus acciones.

Ante los cambios tecnológicos que se avecinaban y las demandas de inversión que representaban, pero sobre todo, por tratarse de un gobierno de corte neoliberal que impulsó las privatizaciones, el presidente Carlos Salinas de Gortari decide privatizar la compañía. En 1990, mediante un concurso abierto que fuera ampliamente criticado, Telmex pasa a manos del Grupo Carso de Carlos Slim, con participación de capitales de Southwestern Bell y France Telecom (Gomez Mont en Covi, 1995).

Cuando se inician estos cambios, el país contaba con 6.6 líneas telefónicas por cada 100 habitantes, las que se incrementaron a 9.5 en 1994. A partir de allí se produjo un estancamiento que potenciaría directamente a la telefonía móvil.

En abril de 1996, Carso transfiere sus acciones de Telmex a Carso Global Telecom S.A. de C.V. Actualmente, Telmex es el dueño principal y mayor operador del sistema de telecomunicaciones de México, líder en los servicios de telefonía local, de larga distancia y por celular. Ofrece además, otro tipo de servicios tales como directorios telefónicos, transmisión de datos, acceso a Internet por medio de Prodigy y MNS1, radiolocalización e interconexión a operadores de larga distancia.

Fue en 1997 cuando se abre la competencia para explotar la prestación de servicios de larga distancia en el mercado mexicano. Sin embargo, dadas las ventajosas condiciones de su operación, Telmex ha seguido actuando como el grupo dominante en el mercado y en la práctica se percibe a esta empresa como un monopolio.

Según datos de 2006 aportados por el Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática, INEGI, en México existían casi 20 millones (19,927,480) de líneas telefónicas fijas, de las cuales el 75.7% eran residenciales y el resto se destinaban a otros usos (<http://www.inegi.gob.mx>). Estos datos globales no precisan su distribución según ingresos y no discriminan cuántas familias o negocios poseen más de una línea.

De acuerdo a las cifras citadas, en México existen actualmente 18 líneas por cada 100 habitantes, pero a pesar de estos aparentes avances, las históricas inequidades en la distribución nacional de bienes y servicios siguen intactas. Los estados mejor atendidos son los de mayor

desarrollo urbano y económico: Distrito Federal y zona conurbana, Nuevo León y Jalisco, en tanto que los de menores recursos económicos y telefónicos son Chiapas, Oaxaca y Tabasco, zonas que además, poseen un alto porcentaje de población indígena.

Cabe agregar que Carso Global Telecom además de ser la compañía que maneja la mayoría de las acciones de control de Telmex, opera en todas las regiones de México y en cinco países de América del Sur: Argentina, Brasil, Colombia, Chile y Perú. También realiza operaciones de telefonía en Estados Unidos. Según informa la propia compañía, Telmex ha realizado inversiones por 29 mil millones de dólares durante el periodo 1990-2004, a fin de asegurar una plataforma tecnológica digital que opera una red de fibra óptica mayor a los 80 mil kilómetros. Esta red incluye conexiones vía cable submarino con 39 países.

Todo México es territorio Telcel

El Grupo Carso inicia su actividad en telefonía celular en 1978 cuando instala y comienza la operación de un sistema de radiotelefonía móvil (teléfono en el automóvil) en la ciudad de México. Pocos años después, en 1984 obtiene la concesión para explotar, bajo la denominación de Radiomóvil DIPSA S.A. de C.V., la red de servicio radiotelefónico móvil en el Área Metropolitana de la ciudad de México.

Fue en 1989 cuando surge la marca Telcel. A partir de entonces Carso comienza a ofrecer los servicios de telefonía celular en la ciudad de Tijuana Baja California, mediante una autorización otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Estos servicios en un estado fronterizo con Estados Unidos, serían pioneros en materia de telefonía móvil en México. Un año después, en 1990, se expanden al Distrito Federal y su zona metropolitana. Gracias al otorgamiento sucesivo de concesiones, entre 1984 y 1991, Telcel logró a cubrir las nueve zonas geográficas en que fue dividido el servicio de telefonía celular mexicano. Así, paulatinamente el servicio alcanza cobertura nacional haciendo realidad el slogan actual de la compañía: *“Todo México es territorio Telcel”*.

Actualmente México cuenta con once proveedores de telefonía celular: Cedetel, Norcel, Nextel., Movitel, Unefon, Portatel, Baja Celular, Telcel, Isuacell, Pegaso, Telefónica Movistar. Según Ernesto Piedras mientras en el último año la compañía Unefon perdió casi 50 mil líneas al trimestre y Iusacell experimentó un virtual estancamiento, Telcel adicionó 1,570.000 en el mismo periodo (www.razonypalabra.org, No. 54). Su participación en el mercado fue de 77.29 a

mediados del año a 76.9 al final de septiembre, con una primera pérdida relativa en siete trimestres consecutivos de crecimiento, en tanto que la de Movistar de Telefónica fue de 14.1%, Usacell abarcó 2.7% y Unefón 2.4% (Piedras en www.razonypalabra.org.mx, No. 54). Cabe agregar que los ingresos totales del mercado de telefonía celular en México durante 2006, expresados en millones de dólares, fueron 3,347. Ese total se distribuyó como sigue: Telcel 2,441 (72.95%); Nextel 346 (10.34%); Movistar 305 (9.10%); Isusacell 174 (5.20%); y Unefon 80 (2,4%) (Piedras en www.razonypalabra.org.mx, No. 54).

Tanto Telcel como Telmex, han suscitado un buen número de controversias entre sus competidores, al tiempo que en la Procuraduría Federal de Consumidor destacan entre las empresas que más quejas reciben por parte de sus usuarios. El peso de estos oligopolios que en la práctica operan como monopolios, se ha dejado sentir en lo económico, en lo político y en la evolución de la infraestructura de telecomunicaciones del país.

América Telecom del Grupo Carso tiene la mayoría de las acciones de control de América Móvil, proveedor líder de servicios inalámbricos en América Latina, que en México opera bajo la marca Telcel. Según la revista *Forbes*, (www.forbes.com) fortalecer América Móvil fue una medida inteligente, dado que el valor de mercado de esa empresa prácticamente se duplicó el último año, con la consiguiente repercusión en el crecimiento de la fortuna de Carlos Slim. América Móvil tiene subsidiarias y coinversiones en el sector de comunicaciones en Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Ecuador, Perú, Paraguay, Chile, Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela, Estados Unidos, México y España. En el último año fue también la emisora con mayor peso en el Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

Una rápida mirada al contexto latinoamericano revela que dos empresas son líderes en el mercado de la telefonía móvil: América Móvil y la española Telefónica Móviles. Entre ambas reúnen 144 millones de usuarios y mientras Telefónica es líder en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Uruguay, América Móvil domina en México, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala y Nicaragua. (<http://www.telcommunity.com>).

Un estudio realizado en septiembre de de 2006 por la empresa de mercadeo Latinpanel (entrevistaron 115 mil individuos de 14 países de la región), reveló que el 82.5 % de las líneas de telefonía celular en uso en Latinoamérica funcionan con tarjeta prepago, el 16,8 por ciento lo hace con sistema pospago y el restante 0,7 % combina las dos modalidades. (<http://www.diariooccidente.com>). Venezuela es el país con mayor penetración del sistema de

tarjeta prepago: 93,5% de las líneas, seguido por México con 91,1% y Brasil con 87,7%. Argentina es el país con el menor un índice de líneas que funcionan por prepago: 64,2%. En promedio, en Latinoamérica un usuario que paga su servicio de telefonía celular con tarjeta prepaga gasta 38% menos que aquel que utiliza el abono mensual fijo. Este tipo de contratación es causa de importantes brechas digitales entre los usuarios, tanto por el costo de las llamadas como por la generación tecnológica de los aparatos que emplean, pero sobre todo, porque los servicios de tarjetas prepagadas están al margen de los beneficios de la convergencia.

Privatizar para conectar

Es un hecho que en América Latina las innovaciones tecnológicas llegan a un sector todavía reducido de la población. Según el Banco Mundial en 2005 América Latina contaba con un promedio de 499 líneas telefónicas, fijas y móviles, por cada 1000 habitantes, de las cuales 319 correspondían a telefonía celular. Asimismo, 115 usuarios de cada mil tenía acceso a Internet en tanto que el 88% de los hogares contaban con servicio de televisión (www.worldbank.org). Estas cifras hablan de un acceso aún limitado, pero también indican la importancia de la telefonía celular frente a Internet, así como lo lejos que aún están los móviles de lograr la cobertura de la televisión.

Las estrategias para acortar la brecha digital entre países pobres y ricos pueden partir de dos perspectivas: la conectividad y la demanda, no obstante, la mayoría de los países latinoamericanos han optado sólo por la primera. En México la meta fue lograr el acceso universal por vía de la privatización de los servicios, dejando en un plano muy secundario la brecha cognitiva, las necesidades de los usuarios y la libre competencia del mercado.

Lejos de delinearse políticas públicas que den respuesta a las necesidades sociales, las demandas han sido canalizadas hacia el sector privado, previa flexibilización del marco legal. Se desarrollaron sólo dos programas coyunturales orientados a atender aspectos educativos y a la promoción del uso de Internet (e-México y Enciclomedia), pero no existen acciones públicas que busquen dar respuestas a las demandas en materia de telefonía móvil o celular.

El desarrollo de la infraestructura de Telmex y Telcel se concentró primero en las áreas de alta demanda como son las urbanas, descuidando las rurales donde se asientan los sectores más pobres y excluidos, entre los que están los grupos indígenas. Tal distribución de servicios no ha hecho más que ahondar la histórica brecha económica y social que existe con el interior del país.

Según datos de 2006 revelados por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares que realizó el INEGI, el 66.3% de los hogares mexicanos cuentan con servicio de telefonía, indicador que representa un crecimiento de 2.2% respecto del año anterior (www.inegi.org.mx). Este porcentaje se distribuye como sigue: 19.3% corresponde a los que sólo tienen líneas fijas, 17.9% a los que disponen de telefonía celular y 29% a los que tienen ambos servicios. En suma, menos de una tercera parte de los hogares mexicanos se ha sumado a la convergencia tecnológica añadiendo a las ya tradicionales líneas fijas, las móviles. El mismo estudio de INEGI indica que de un total de 110 millones de mexicanos casi 50 tiene teléfonos celulares (www.inegi.org.mx). Cruzando ambos resultados se hace evidente la concentración del servicio en pocos hogares.

Esta misma Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, informa sobre el número de habitantes con líneas de telefonía fija en un grupo de países seleccionados para el estudio. Los resultados indican que el promedio mundial es de 198.4 por cada mil ciudadanos, estando México debajo de ese rango, ya que totaliza 182 líneas de telefonía fija por igual número de habitantes (www.inegi.org.mx). En lo que respecta a celulares, el estudio concluye que el promedio mundial es de 319 por cada mil habitantes, en tanto que México cuenta con 441, por encima de la media pero un indicador bajo si lo comparamos con el de sus mayores socios comerciales: Canadá con 514.4 y Estados Unidos con 672.2, países con los que firmó en 1994 el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC, ALENA o NAFTA).

Han transcurrido 25 años desde que México adoptara la globalización neoliberal como modelo dominante. En este cuarto de siglo las desigualdades y exclusiones se han acentuado por la dialéctica establecida entre la ausencia de políticas públicas y el fortalecimiento de un mercado mediático y de telecomunicaciones concentrado que atiende sólo sus metas económicas. En este diálogo desigual se ha ido imponiendo el modelo que responde al acceso, dejando las demandas de los usuarios libradas a su suerte. En el caso de la telefonía, como lo hemos referido, la concentración en manos del Grupo Carso ha ido construyendo un poder fáctico, desde el cual no sólo se decide hacia adónde va la red de infraestructura telefónica, sino también, qué leyes la regularán. Adicionalmente, el peso de la fortuna de Carlos Slim Helú lo coloca en una posición privilegiada para negociar con los distintos grupos de presión y de poder, como se demostró en

las reciente elecciones de 2006. Su favor se inclina hacia el vencedor, no importa cuál sea su ideología ni su proyecto de nación.

Para tener una idea clara de este poder fáctico, basta pensar como lo sugiere la ya mencionada revista Proceso citando a *Forbes*, que si la fortuna de Bill Gates tuviera la misma proporción del Producto Interno Bruto (PIB) de Estados Unidos que la de Carlos Slim (6.3% del PIB), su riqueza ascendería a 784,000 millones de dólares. Los 56,000 millones que acumula Gates, el hombre más rico del mundo, es de apenas 0.45% del PIB estadounidense.

Hacia una necesaria reivindicación de la telefonía móvil

Internet ha sido considerado el eje de la sociedad de la información y hacia su acceso se han orientado gran parte de los esfuerzos gubernamentales. Pero es la telefonía celular la que ha tenido un notorio crecimiento y sobre este servicio han hecho muy poco los gobiernos latinoamericanos, abandonándola al libre mercado. El acento puesto por los países latinoamericanos y de otras regiones del mundo, por universalizar el acceso a Internet, está ahora siendo cuestionado por la favorable evolución de la telefonía celular. Como sabemos, las habilidades requeridas para el manejo de una computadora constituyen un obstáculo frente a la simplicidad de uso de la telefonía celular. Su portabilidad, instantaneidad de conexión y la renovación constante de los servicios ofrecidos por esta vía, hace que el móvil frente a otros medios compita con ventajas. Entre los sectores de menores recursos resulta un medio apto para la recuperación de información puntual o para relacionarse desde lugares remotos o aislados, interacción que no requiere de habilidades informáticas especiales como ocurre con Internet.

Es por ello que la telefonía celular debe ser rescatada de la exclusividad que ejerce sobre ella el ámbito empresarial, para ser redimensionada como un medio de comunicación indispensable en las condiciones actuales de vida. Su origen telefónico la ha ubicado en el ámbito de las telecomunicaciones, lo cual es correcto, pero su apropiación social y evolución tecnológica abren ahora la posibilidad de revisar este medio desde una perspectiva que va más allá del acceso o el hardware para centrarse además en el software.

En este contexto, cualquier política pública que encaren los gobiernos de la región debe considerar la importancia que ha ido adquiriendo la telefonía móvil como recurso de interconexión, preguntándose primero cuáles son las demandas de información específica de los usuarios y a partir de allí tomar decisiones sobre la infraestructura de acceso. El sector privado

lleva ya la delantera al advertir que Internet y telefonía celular tienen intereses comunes y están dispuestos a hacer de esa coincidencia un suculento negocio.

El concepto de telefonía celular o móvil está mutando al de dispositivos móviles con la intención de hacer coincidir en ellos telefonía, audio, video, conexiones vía red, entre otros servicios. Con este cambio, podemos estar seguros de que no basta considerar a la telefonía celular dentro del sector telecomunicaciones y desde una perspectiva de acceso o infraestructura, sino que debe ser estudiada en el marco de las industrias culturales o de contenido. Prueba de esta mutación es el servicio Go for Mobile 2.0 que recientemente presentó Yahoo!, una aplicación que al ser preinstalada en un celular facilita a los usuarios la búsqueda de noticias financieras, bursátiles y deportivas, así como la consulta de mapas y el estado del tiempo. Esta aplicación se apoya en un buscador llamado on-Search, que se supone interpreta los deseos de los usuarios y organiza la respuesta en función de ellos. La publicidad en GoMobile 2.0 será gráfica e interactiva y aparecerá en la pantalla del celular al abrirse el portal. Las tarifas se fijarán en función del número de veces que se abra la página en la que se ha insertado el anuncio. Con este procedimiento, el usuario de telefonía celular puede convertirse potencialmente en un consumidor. Por su parte Google introdujo el año pasado una versión de su buscador para celulares, que ofrece resultados sólo en textos.

En este contexto cabe preguntarnos que pasará en países como México donde la concentración en un solo grupo de los servicios telefonía celular y móvil adquiere características alarmantes. Con las reformas a la leyes federales de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión (llamada Ley Televisa ya que se atribuye a esta empresa su factura y aprobación), que se concretaran en diciembre de 2005, el Grupo Carso una vez más sale favorecido, ahora con la posibilidad de incursionar directamente en el negocio de la televisión. La convergencia tecnológica, soñada como el camino igualitario que llevaría a todos a vivir en una sociedad de la información y el conocimiento, está quedando en manos de oligopolios ungidos en poderes fácticos. Es imposible reinventar la historia y deshacer la urdimbre de poder económico, político y social que ha tejido en tan pocos años el Grupo Carso. El futuro está así en dos actores principales: un Estado que a través de sus poderes diseñe y ponga en marcha políticas públicas de comunicación, apoyadas en una legislación transparente, democrática y plural; y una sociedad civil organizada que defienda sus propio derecho a gozar de los beneficios de la convergencia en condiciones de apertura e igualdad de oportunidades.

Fuentes consultadas

- Gómez Mont, Carmen, 1995. Liberalización de las telecomunicaciones en México. En Covi Druetta, Delia. Coordinadora, *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. Proyecto Monarca*. UNAM. México.
- Proceso, No. 1583, México, 4 marzo de 2007.
- www.cepal.org. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2007.
- <http://www.cofetel.gob.mx>. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2007
- <http://www.eclac.cl>. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2007
- <http://www.diariooccidente.com>, 27 de septiembre de 2006. Fecha de consulta: 26 de octubre de 2007.
- <http://www.forbes.com>, 8 y 26 de marzo de 2007. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2007
- <http://www.inegi.gob.mx>. Fecha de consulta: 17 de marzo de 2007.
- <http://www2.noticiasdot.com/publicaciones/2006>. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2007
- <http://www.telcommunity.com/>, 21 de noviembre de 2005. Fecha de consulta: 15 de octubre de 2007.
- www.wordlbank.org. Fecha de consulta: 15 de octubre de 2007
- www.yucatan.com.mx/noticia. 22 de febrero de 2007. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2007
- www.razonypalabra.org.mx, No. 54. Fecha de consulta: 24 de marzo de 2007