

ALICIA SALGADO
CUENTA CORRIENTE



dinero@nuevoexcelsior.com.mx

*Nextel-Telefónica
escalán pleito*

Además del metralleo del que es objeto el titular de la SCT, **Luis Téllez**, la escalada de recursos administrativos y legales parece que hace muy difícil sentar a la mesa a negociar a todos los operadores del sector de telecomunicaciones.

Lo nuevo es que, aunque la Cofeco, cuyo pleno encabeza **Eduardo Pérez Motta**, no ha notificado a Telefónica Móviles, que preside **Francisco Gil**, resulta que Nextel, de **Peter Foyo**, interpuso una queja contra la española por inhibir la interconexión para que los usuarios de ambas empresas puedan enviar y terminar mensajes cortos (la jugosa rebanada del pastel celular).

La queja, denuncia o solicitud de investigación de dominancia y bloqueo de la competencia se presentó hace dos semanas y, como siempre, está en procedimiento de integración el expediente.

No obstante, este es el último de la larga serie de recursos que se han interpuesto ambos operadores, pues, como sabe, desde que lo solicitó en 2007, tanto Telefónica como Iusacell, que encabeza **Gustavo Guzmán**, se han abstenido de interconectar a Nextel porque argumentan que no cuenta su filial OPCOM,

para prestar servicios de telefonía local fija y móvil.

Telefónica no ha sido notificada de la denuncia, pero en los últimos meses presentó cuatro denuncias en Cofetel contra Nextel, que son similares a las posturas de Iusacell, a saber:

Denuncia por la prestación no autorizada del servicio "El que llama paga", con el argumento de que Nextel es un concesionario del servicio de *trunking*, pero no tiene ninguna concesión para prestar los servicios de telefonía local fija o móvil.

Denuncia por venta individual de equipos, ya que conforme a sus títulos de concesión y la naturaleza misma del servicio, Nextel no puede vender equipos a usuarios en lo individual, sólo a flotillas.

Denuncia por *bypass*, que quiere decir que Nextel transforma llamadas de sus usuarios a usuarios de Telefónica en llamadas *on-net* (Telefónica-Telefónica), con la intención de no pagar la interconexión (y creo que de ahí viene la mayor parte del enojo y controversia).

Denuncia por la prestación del servicio de acceso a la red telefónica al 100% de los usuarios sin haberse modificado las limitaciones de algunos de sus títulos de concesión.

Lo que también ocurre es que, a pesar de las diferencias arriba mencionadas y los recur-

sos interpuestos, Telefónica le presta los servicios de interconexión a Opcom en las condiciones pactadas en los convenios de interconexión suscritos, pero no ocurre lo mismo con la terminación de mensajes cortos.

Nextel se ha cansado de la negociación y, en espera de que Cofetel les resuelva, ha decidido ir por un camino relativamente corto, pues puede aprovechar que la Cofeco analiza la dominancia de mercados de telefonía celular y fija para incluir en ellos el de mensajes cortos que en el prepago y postpago es el mercado de mayor ganancias no sólo por la seguridad de su transmisión, sino por el costo en la factura.

De Fondos a Fondos

Que suciedad. Lo único claro es que la presentación pública en la cadena MVS, de **Joaquín Vargas**, de una grabación que se antoja muy comprada y chantajeada, puede tener mucha cola porque alguien la compró y pagó para exhibirla. Pero cuando **Luis Téllez** sale a decir que lo dijo, que es verdad, y que lo comentó (como todos los zedillistas en su momento) pero que no tiene pruebas al respecto, **Téllez**, mata el chantaje y el delito que perseguir, pero no el ataque político que apenas empieza.

Pasando a otra cosa, **Brian Smith**, el nuevo presidente



Fecha 13.02.2009	Sección Dinero	Página 5
---------------------	-------------------	-------------

de Coca-Cola de México, tiene muy clara la estrategia para enfrentar la crisis y la baja en los niveles de consumo que es-

ta coyuntura provocará. Invier-ten 700 millones de dólares tanto el corporativo y sus 13 distribuidores en México, con lo que mantienen el ritmo de los últimos cinco años (4,500 millones de dólares) para seguir ampliando su mercado y diversificando su oferta de refrescos carbonatados, aguas y jugos.

Otro aspecto sobresaliente es que durante este año buscarán ampliar su presencia en los segmentos más bajos de mercado con presentaciones económicas y nuevos productos. En este punto los envases retornables

jugarán un papel relevante. Justo donde el competidor Big Cola ha mostrado que hay mucho que hacer para seguir representando el 12 por ciento del total de las ventas mundiales de Coca Cola, más cuando China se ha convertido en el tercer mercado de la firma a nivel global.

Además, la empresa buscará una mayor presencia de la marca Del Valle y mayores sinergias con el resto de sus divisiones. Sólo para dimensionar lo que podemos esperar de la marca de jugos, vale la pena mencionar que Coca Cola ya es el principal productor de jugos en el mundo. La estrategia incluye los mensajes publicitarios que se centrarán en que la empresa acompa-

ña a sus clientes en las buenas y en las malas, muy en línea con la crisis mundial.

Además seguirán reforzando las inversiones para el reciclaje de botellas. De hecho, el año pasado la planta que instalaron en Toluca procesó 25 mil toneladas de PET y las nuevas botellas ya tienen un componente de hasta 25% de plástico reciclado.

Los resultados son tales que en las siguientes semanas se anunciará la instalación de una nueva planta en el norte del país, considerando además los buenos resultados en el acopio de botellas por parte de Eco-ce, que encabeza **Jorge Treviño**, que el año pasado recolectó 100 mil toneladas de plástico.