Telefónica vs. Google: La batalla por el control de Internet

Expansión. - Las grandes operadoras de telecomunicaciones europeas reclaman el apoyo de Bruselas para competir con los gigantes estadounidenses de Internet y liderar la era digital.

En el negocio de las comunicaciones, la cuestión, cada vez más, es el tamaño. Las grandes operadoras europeas, que marcaban el paso del sector en todo el mundo hace poco más de un lustro y eran referente en las tendencias, buscan fórmulas para no perder comba frente a los nuevos gigantes tecnológicos estadounidenses, como Google y Facebook, que están tomando el relevo en la era de Internet.

Debilitadas por los rigores de una recesión que, en el Viejo Continente, ha sido especialmente largo y dura, compañías como Deutsche Telekom y France Télécom, pero también Telefónica y Vodafone, pese a su mayor diversificación geográfica, necesitan desesperadamente ganar tamaño, flexibilidad y libertad de acción para competir con los nuevos dominadores estadounidenses.

Convertido en portavoz de facto de las operadoras, el presidente de Telefónica, César Alierta, ha lanzado esta semana una inusualmente cruda petición de apoyo a la Comisión Europea para relajar las exigencias regulatorias a las que están sometidas las compañías europeas y elevar las exigencias a las tecnológicas estadounidenses, para facilitar así la creación de un sector potente en Europa a través de fusiones y acuerdos.

En Europa hay más de 1.200 operadoras de telecomunicaciones fijas, un centenar de operadores de móvil con red y más de 200 operadores virtuales. En Estados Unidos hay apenas seis operadores de ámbito nacional. Y en China, tres.

Las economías de escala ganan importancia en la compra de equipos, en las alianzas con proveedores y en la prestación de servicios. Ante las dificultades que encuentran los grandes operadores europeos para consolidarse vía fusión, por su condición de exmonopolios en muchos casos, las empresas se han lanzado a la compartición de infraestructuras. Esta estrategia genera fuertes ahorros, pero no impulsa el tamaño de las empresas para mejorar sus niveles de competitividad.

El campo de juego de Internet es, por definición, global. A medida que los servicios basados en los recursos de las operadoras y la fortaleza de sus infraestructuras (voz y SMS), pierden terreno como elementos diferenciadores, frente a las propuestas over the top (aplicaciones para el móvil o la tableta y contenidos audiovisuales), los gigantes de Internet imponen su ley ante las telecos, convertidas en evoluciones sofisticadas de carriers que no terminan de encontrar su sitio en el ámbito digital.

En este contexto, Alierta lamentó esta semana en la economía digital, el nuevo campo de acción para las empresas y también para los ciudadanos, "Europa va detrás en innovación porque no existe una regulación simétrica en toda la cadena de valor". Para el presidente de Telefónica, sin embargo, "solo ocurre con las empresas de telecomunicaciones, en el resto de la cadena de valor no hay regulación y están encantados", en referencia a la posición de dominio de empresas como Google, Apple y Facebook.

Alierta señaló que "en la Comisión están obsesionados porque no tengamos más del 40% de cualquier mercado", mientras que "las aplicaciones", fundamentales en la cadena de valor, "van a los sistemas operativos cerrados, que son dos monopolios", en clara referencia a Google y su sistema Android para móviles y Apple. Según Alierta, "es muy facil terminar con los sistemas operativos cerrados", por lo que urgió a la Comisión, que según el directivo "entiende este problema", a que actúe ya.

Según Alierta, "las operadores de telecomunicaciones invertimos 50.000 millones en redes el año pasado, pagamos 6.000 millones en espectro radioeléctrico, damos empleo a un millón de trabajadores y pagamos miles de millones de

euros en impuestos. Mientras, el resto de la cadena de valor, es decir, principalmente las compañías de Internet, invirtieron 40 millones, apenas crean emplean y no pagan impuestos".

El consejero delegado de Vodafone, Vittorio Colao, ha secundado la posición de Alierta, al asegurar que "no es justo que Facebook o Whatsapp con más 1.000 millones de clientes, no tengan que seguir las mismas reglas que nosotros".

Frente a la posición de la industria de las telecomunicaciones, las empresas de Internet sostienen que son precisamente las aplicaciones y los servicios que crean empresas como Google, con propuestas como Youtube, Amazon o Facebook las que multiplican el tráfico generado en la red de redes, por el que los operadoras cobran a sus clientes, de tal modo que el negocio sería muy inferior sin su existencia. Defienden, además, que esta es su gran contribución principal al sistema, por lo que desmiten las tesis de las operadores, que aseguran que estas compañías ni invierten ni contribuyen al sostenimiento de las grandes infraestructuras, sin las que no sería posible el boom que han experimentado los servicios de los gigantes de Internet.

La estructutura global de las empresas de Internet,y la extremada flexibilidad que los otorga la práctica ausencia de elementos físicos, como redes o grandes equipos, permiten a estas compañías competir en cualquier lugar sin estar sometidas a las reglas de competencia que se impone a las telecos en sus rivales. Aunque Google controle el 90% del mercado mundial de publicidad online, su sistema operativo Android se aloje en el 90% de los móviles o Amazon venda casi todos los ebooks del planeta, están al margen de los rígidos controles antimopolio al que está sometida la industria de las telecomunicaciones.

Lo cierto es que el aumento del peso de los servicios que proporcionan empresas tecnológicas está desplazando la balanza del negocio mundial de las comunicaciones a EEUU, donde gigantes como Google, Facebook y Amazon, también Twitter y otros muchos proveedores menores, exhiben la potencia de disparo de sus propuestas de éxito. Mínima inversión?máxima visibilidad: la ecuación perfecta en Internet. La gran batalla de la era digital está servida.

---

ccoontigo info servicios

© CCOO SERVICIOS 2017
Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores
Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original