

# Ciberoamérica las carabelas electrónicas

■ Jesús María Aguirre



ILUSTRACIÓN: ROSANNA BENTOS

*No se trata simplemente de una vuelta nostálgica, acompañada de las fanfarrias conmemorativas del V Centenario del Descubrimiento en 1992, sino de una nueva intervención de carácter estratégico para asentarse a largo plazo en la región.*

*Ateniéndonos a las características electrónicas de las nuevas carabelas y a su patrocinio ibérico, bien pudiéramos hablar del descubrimiento del nuevo continente de Ciberoamérica.<sup>1</sup>*

**S**i el año 1898 cerró el ciclo de la presencia colonial de España en Hispanoamérica con la pérdida de la llave de Cuba, un siglo después, el año 1998 marca el punto de reinserción española en Latinoamérica y el Caribe.

Tal vez parezca gratuita la escogencia del año 1998 como marca indicativa de este ciclo, pero ello obedece, sobre todo, al hecho de que en esa fecha se tomaron las decisiones estratégicas, dirigidas al campo de las Telecomunicaciones.

Así, en marzo de ese año, la Compañía Telefónica en búsqueda de alianzas globalizadoras se asociaba con las compañías de EE.UU. Worldcom y MCI para emprender negocios en Europa, EE.UU. y Latinoamérica. Entre junio y julio la misma Telefónica adquiría el 50,1% de la Compañía Riograndense de Telecomunicaciones, principal operadora de Rio Grande do Sul (Brasil), se adjudicaba la operadora salvadoreña Intel, creaba la Telefónica de Centroamérica para establecer una red en el área, y conseguía otras importantes operadoras brasileñas en la subasta de Telebras.

Y al finalizar el año, tras estas operaciones guiadas por una Telefónica con monopolio estatal, España liberaba las Telecomunicaciones, once meses después que la mayoría de los países de la Unión Europea.

Los dos años siguientes se consolidará esta marcha a través de la adjudicación de una licencia de telefonía móvil en Guatemala; la compra de Olé, el portal líder en lengua española; el desarrollo de una red de cable submarino de fibra óptica en América del Sur, y la irrupción con una oferta global de televisión, telefonía e Internet.

El fortalecimiento de Telefónica, bajo la presidencia de Juan Villalonga, tras la ampliación de capital en el año 2000 para controlar las Telefónicas de Argentina, Perú y Brasil -Venezuela, Chile y Centro-

CUADRO 1: LA EXPANSIÓN DE TELEFÓNICA EN AMÉRICA LATINA (año 1998)					
Argentina	Brasil	Chile	El Salvador	Perú	Venezuela
TASA	Telesp	CTC	Telefónica El Salvador	Telefónica El Perú	CANTV
Cablevisión	CRT	Publiguías			
T y C	Tele Leste Celulares				
ATCO	Tele Sudeste Celulares				
Advance					

Fuente: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, Informe Anual 1999.

américa fueron plazas anteriores- convierte a esta empresa en la dominante en el espacio ciberamericano.<sup>2</sup> Si el año 1492 la primera comunicación lanzada hacia el Nuevo Mundo fue la de "¡Tierra!" en boca de Rodrigo de Triana, esta vez la voz digital de "TERRA", inaugura este nuevo desembarque cibernético.

No hay duda de que la principal carabela de esta nueva aventura trasatlántica se llama TERRA NETWORK, que se ha valido de la unidad de Telefónica Internacional (TISA) para situarse al frente de la flota. Cuando en 1987 Telefónica inició su internacionalización con Entel Argentina, hubo una resistencia inicial, ya que se consideraba una aventura poco responsable la expansión exterior, cuando los servicios internos en España gozaban de mala fama. Sin embargo, la apuesta fue exitosa y para el año 1995 Telefónica controlaba unas 8.400.000 líneas fijas, unas 460.000 líneas móviles y tenía una clientela de unos 240.000 abonados al cable. En esta marcha fue obteniendo el control de gestión de Telefónica Argentina, CTC de Chile, Telefónica Perú, Telefónica Larga Distancia de Puerto Rico, etc. En

1998 estaba expandida en los siguientes países sudamericanos (Cuadro 1).

La iniciativa lanzada por el entonces presidente de Telefónica, Luis Solana, fue imitada por otras muchas empresas de sectores tan diversos como las tradicionales líneas aéreas y los negocios turísticos<sup>3</sup> o las entidades financieras y grupos energéticos. Por eso en el salto cuantitativo y cualitativo para convertirse como operadora líder en Sudamérica, TISA ha contado con un grupo de empresas, entre las que cabe destacar BBV (sector financiero), Iberdrola (sector eléctrico), Meliá (sector turístico) y Portugal Telecom, entre otras.

#### UNA EMPRESA GLOBAL

El carácter global de esta empresa no proviene solamente de su expansión multinacional, sino también de la integración de varios ramos de la economía española y de su conjunción operativa. Es decir, no se trata de una presencia fortuita de varias empresas en el espacio latinoamericano, cuya suma resulta significativa, sino de una acción conjunta con un proyecto de mediano y largo alcance.<sup>4</sup>

**CUADRO 2: PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA (10-02-2000)**

Fuentes de Bolsa: www.recolectos.es/expansión y www.cincodias.es

**ARGENTINA (Buenos Aires: Merval)**

TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
		YPF/97,46% Repsol	
Telefónica Argentina 29,02% Telefónica	Banco Francés/ 59,69% BBV		
	Banco Galicia/ 9,92% BSCH		
		Astra/66,01% Repsol	
	Banco del Río de la Plata/51,20% BSCH		
		Gas Natural BAN/ 36,29% G.Natural	
		MetroGas/ 20,95% Repsol	

**BRASIL (Sao Paulo: Bovespa)**

TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
CTR/ 16,70% Telefónica*	B. Santander Nor. Pr/ 50,50% BSCH	Cerj/7,04% Endesa	
		Coelce Pr./ 29,87% Endesa	
Tele Leste Cel./ 11,94% Iberdrola Telebahia Cel/ 15,30% Iberdrola Telergipe Cel./ 13,79% Iberdrola		Coelba/ 22,05% Iberdrola	
Tele Sudeste Cel./ 17,60% Telefónica Telerj. Celular/ 11,23% Telefónica			
Telesp Cel. Partic./ 6,90% Telefónica Telesp Cel.SA/ 4,93% Telefónica Telesp-Pref./ 25,70% Telefónica Telesp SA/8,22% Telefónica			

\*CTR fue revendida posteriormente ante el acatamiento de las leyes brasileñas (ANATEL).

**CHILE (Santiago de Chile IGPA)**

TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
	BHIF/44,03% BBV	Enersis Enersis/ 64% Endesa	Campos Chilenos/ 51% Azuc. Ebro
CTC-A/43,64,% Telefónica	Provida/40,005 BBV	Endesa Chile/ 60%	
	Banco de Santiago/ 43,20% BSCH		
	Santander Chile/ 86,36% BSCH		

Datos preliminares de la UNCTAD (Comisión de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) señalan que, por primera vez, desde 1986, los países latinoamericanos superaron a la región asiática, como principal receptor de la inversión directa. Según el último informe de CEPAL, el año pasado los ingresos por flujos de inversión en América Latina tuvieron un crecimiento del 12% y alcanzaron los 86 mil millones de dólares.<sup>5</sup> En términos relativos esta cantidad supone, aproximadamente, el 45% de la inversión dirigida a los países en desarrollo. Pues, bien, sea por la vía de las adquisiciones, fusiones u otras modalidades, España ha sido la principal fuente de origen de esos flujos de inversión dirigidas a la zona (más del 50%), seguido de EE.UU. (15%), Francia (9%), Países Bajos (7,7%), y otros países con cuantías menores.

Las inversiones más significativas de 1999 se han focalizado en el espacio de los países, vinculados a MERCOSUR, que constituye el mercado de mayor tamaño de la región. De hecho Brasil, el gran motor de este espacio, ha sido el mayor receptor de capitales, tal como lo demuestran las últimas inversiones entre 1999 y 2000, particularmente en el sector de las telecomunicaciones. Sin embargo, el carácter global queda manifestado por las adquisiciones en otras áreas. En Argentina, tras algunas adquisiciones telefónicas, se realizó la compra de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF), la más grande del país, por parte de la empresa española REPSOL. Esta misma empresa, ya asociada con YPF, busca asociarse con Petrobras para proyectos de destilación. También en el mismo campo energético la empresa española ENDESA adquirió el mayor conglomerado chileno del subsector de la electricidad y de la principal generadora Enersis y Endesa-Chile.<sup>6</sup>

Este posicionamiento doble en las telecomunicaciones (telefonía y medios) y en el sector energético (petróleo y electricidad), ha ido acompañado por los grandes grupos financieros, que a su vez son accionistas de las empresas mencionadas y hoy dominan varios países de la región a partir de las últimas fusiones (BBV y Argentina; BHC y Santander).

Para el primer trimestre del año 2000 las compañías con participación de empresas españolas en Latinoamérica, agrupadas por sectores, eran las siguientes (Cuadro 2).

El blindaje de estas operaciones, principalmente, en el sector de las telecomunicaciones y energía va cotejado, como puede

**CUADRO 2: PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA (cont.)**

<b>COLOMBIA (Bogotá IBB)</b>			
TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
	Banco Ganadero/ 56,2% BBV		
<b>MEXICO (México D.F. Mexbol)</b>			
TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
	Grupo F. BBV/ 67,26% BBV		
<b>PERU (Lima ISVL)</b>			
TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
Telefónica del Perú/ 35% Telefónica	Banco Continental/ 79,04% BBV	Edelnor/18% Endesa	
	Banco Sur/ 89,08% BSCH		
<b>PUERTO RICO</b>			
TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
	B. Sant. Puerto R./ 78,27% BSCH		
<b>VENEZUELA</b>			
TELECOMUNIC.	FINANCIERO	ENERGETICO	OTROS
CANTV/ 6,40% Telefónica	Banco Provincial/ 51,43% BBV	Electricidad de C./ 7,86% Endesa	
	Banco Venezuela/ 98,45% BSCH		

verse, de una presencia significativa y aun dominante en el sector financiero de algunos países, como en el caso de Venezuela.

Aún antes de las fusiones BCH-Santander y BBV-Argentaria la posición de los bancos españoles en la región era no solamente extensa, sino sólida, incluso en países en que no había enclaves de telecomunicaciones como en México, Puerto Rico, Panamá y Uruguay.

Esta articulación ha sido fundamental tanto para financiar las nuevas adquisiciones como para controlar las filiales latinoamericanas, que aún no se dominaban completamente (Telefónica de Argentina, Teléfonos de Perú, y las brasileñas Telesp y Tele Sudeste celular).

En conjunto, haciendo la salvedad de las operaciones tortuosas de Iberia, el grupo de empresas españolas se ha ido estableciendo con éxito en América Latina a lo largo de la década, y el incremento anual de la inversión directa es una buena prueba de ello. (Cuadro 3).

Por otra, los llamados "efecto samba" y "efecto tango" no han afectado al redireccionamiento de la IDE, ya que al final de la década el flujo hacia América Latina se ha sostenido hasta llegar a volúmenes sin precedentes. La distribución de la inversión directa española aun antes del desembarque de TERRA era el siguiente. (Cuadro 4).

Había, pues, ya una masa crítica de negocios en la región no solamente para lanzar una operación ambiciosa como TERRA, sino también para arrancar un viejo proyecto de las bolsas españolas de abrir un mercado electrónico específico para compañías latinoamericanas con presencia mayoritaria de valores de filiales españolas y con el propósito de convertirse en la puerta de acceso de las inversiones europeas en América Latina.

### **¡TERRA A LA VISTA!**

Si nos atenemos a los datos suministrados

por la propia empresa TERRA NETWORKS se creó el 4 de diciembre de 1998 con el objetivo de aglutinar las actividades de Internet de Telefónica y convertirse en la compañía dominante en el mercado de Internet de habla hispana y portuguesa (www.terra.es). En efecto, al principio Telefónica salió a la red con el nombre de Teleline, y tras invertir dos años en otro portal, decidió comprar la conocida página Olé, que terminó convertida en TERRA. Aunque con diversos portales, que ha ido engullendo en España (Olé), Perú (Olé), Chile (Olé), Brasil (Zaz), México (Infosel) y Argentina (Gaucho Net, Donde), y un grupo de ISPs, que ofrecen acceso a la red, la empresa sostiene la táctica de poner en competencia a los diversos portales locales. El volumen acumulado de visitas no llega a los niveles de Yahoo!, Microsoft y America Online, que rondan por los 40 millones de visitas mensuales, pero los 20 millones actuales auguran un futuro promisorio en un mercado expansivo como el latinoamericano, sobre todo, una vez que se sature el europeo. (Cuadro 5).

Ya para el mes de agosto TERRA era líder del mercado hispano-portugués en ambos servicios con 690 mil suscriptores y con unas 270 millones de páginas visitadas. Las estimaciones para el futuro, con base principalmente a datos de International Data Corporation, no pueden ser más optimistas. En vista de la dificultad actual para determinar el volumen previsible de ingresos, que generarán a nivel mundial, unos 500 millones de usuarios en el 2003 (actualmente son unos 200), se considera que está ante un mercado de grandes oportunidades, ya que en el año 2000 hay unos 9,6 millones de usuarios de Internet que hablan español (6% del total) y sólo el tres por ciento de las páginas web están en castellano.

Dejando ahora de lado las consideraciones críticas sobre la economía digital y la burbuja de Internet, cuyos mecanismos han sido últimamente expuestos por A.B. y M. C. Perkins en su "The Internet Bubble" (Harper Business), la apuesta de TERRA se basa en la ventaja comparativa de la explotación del área cultural y lingüística hispano-portuguesa. Las fuentes de ingreso previstas para el 2003, pues estas compañías no presentan beneficios brutos de explotación hasta un cuarto o quinto año de operaciones, se concentran en los rubros: cuotas de acceso, tráfico generado, publicidad, comercio electrónico, servicios interactivos, *software* y *hardware*.

**CUADRO 3: EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN DIRECTA ESPAÑOLA EN AMÉRICA LATINA EN MILLONES \$**

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
1289	1838	780	1043	4163	4766	5652	9141	13246

Fuente: Suplemento Negocios. Empresas.El País, 6-02-2000, p.20.

**CUADRO 4: INVERSIÓN DIRECTA ESPAÑOLA EN MILLONES POR ÁREAS GEOGRÁFICAS**

América Latina	41918	55,6%
Unión Europea	27063	35,9%
Estados Unidos	3509	4,65%
Africa	1962	2,60%
Asia	407	0,55%
Europa del Este	298	0,40%
Otros países	233	0,30%

(Fuente: *ibid.*)

**CUADRO 5: PORTALES Y ACCESOS A INTERNET (ISPs)**

OLE (España, Perú, Chile)	TELELINE (España)
ZAZ (Brasil)	ZAS (Brasil)
INFOSEL (México)	INFOSEL (México)
GAUCHO NET, DONDE (Argentina)	CTC (Chile)
	TdP (Perú)
TECNOLAND (25%)	INFOVIA (Guatemala)
IFIGENIA (10%)	IDT (Estados Unidos)

Fuente: Terra Networks, 21-11-1999

De hecho TERRA ha logrado ubicarse estratégicamente en los países en que hay más usuarios de Internet por cada mil habitantes. Si consideramos los datos suministrados por el PNUD para el año 1998, tenemos que la empresa se ha situado en los enclaves de mayor densidad y posible desarrollo. Así en el Cono Sur: Chile (2,07), Uruguay (2,02), Argentina (1,75), Brasil (1,04). Su presencia es también significativa en países con países de menos usuarios, pero bien ubicados para expandirse en entornos vecinos: Guatemala (0,92), sería un enclave para proyectarse a otros países centroamericanos como Panamá (0,86), Costa Rica (0,85), Nicaragua (0,17); Venezuela (0,63) y Perú (0,15) constituirían un binomio para posicionarse en el área del mercado andino, que incluye también Colombia (0,52), Ecuador (0,21) y Bolivia (0,09). Según expertos en periodismo por Internet, reunidos en San José de Costa Rica, en octubre pasado, se es-

pera que el número de usuarios de Internet de la región, estimados entre 6 millones y 8 millones, aumente a 12,5 millones para el 2001.

A primera vista, la apuesta luce brillante, y para corroborarla ahí están las sucesivas alzas en bolsa de los valores de Telefónica y TERRA, así como el pingüe reparto de stock options a diestra y siniestra<sup>7</sup>.

Con aire de triunfo Juan Villalonga proclamó que Telefónica ha pasado a ser una de las pocas empresas mundiales con un valor superior a los 100 millardos de dólares, colocándose entre las mayores de Europa<sup>8</sup>. Además aseguró que TERRA es "el ejemplo de lo que queremos hacer en el futuro", pues se trata de profundizar en la integración de negocios globales.

La alianza firmada el 11 de febrero de 2000 entre Telefónica y BBVA con un intercambio de acciones refuerza esta estrategia, orientada a explotar al máximo las posibilidades del futuro comercio

electrónico y otras actividades mediáticas, vinculadas a Internet. El pacto implica que el BBVA incrementa su participación en Telefónica del 8,7% al 10%, mientras que la operadora compra el 3% del banco. Además de este cambio accionarial se contemplan otros trece puntos, entre los que cabe destacar, por su interés comunicacional, la actuación coordinada en Hispasat, cuya participación conjunta se sitúa en el 41% del capital y la colaboración con Telefónica Media para desarrollar proyectos conjuntos.

Pero no todos los vientos son favorables a esta aventura intercontinental. Dejando de lado las pugnas políticas internas dentro del Estado español<sup>9</sup>, han surgido algunas dificultades provenientes tanto del espacio europeo como del subcontinente latinoamericano. La Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica considera que el gobierno debe obligar a Telefónica a deshacerse de sus operaciones en telecomunicaciones por cable para estimular la competencia en el mercado de la telefonía local. Además recomienda abrir la competencia en el sector eléctrico y revisar las tarifas de los nuevos operadores a la Red de Telefónica. En efecto, Telefónica se ha valido hasta el presente de su posición monopólica y, a pesar del éxito en bolsa, todavía a principios de febrero no había implantado las tarifas planas en Internet, y el Ministro de Fomento lo acusaba de demorar y obstaculizar la generalización de la tecnología ADSL, que permite transmitir voz y datos.

Unos problemas semejantes se están reproduciendo en varios países latinoamericanos, en que las empresas españolas han aprovechado los vacíos de reglamentación para asumir una posición dominante en varios sectores (La regulación de las Telecomunicaciones en Iberoamérica, AHCET, 1999). Así, por ejemplo, al percatarse las autoridades económicas que estas operaciones afectan la libre competencia o perjudican a los usuarios, han obligado a echar marcha atrás. Un caso ilustrativo es el de CRT (Compañía Riograndense de Telecomunicaciones). A primeros de febrero la Telefónica tuvo que abandonar la gestión de la operadora brasileña, después que había realizado otras compras, acatando la orden impartida por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), pues se había convertido en el mayor accionista del Grupo TBS y además controlaba Telesp de Sao Paulo.

No deja de ser sorprendente que empresas como el BBV tengan una partici-

pación mayor que la que tienen en España en los mercados de Argentina, Chile y Venezuela, y que junto con el BSCH se han convertido en los únicos del mundo que logran tal posición fuera de sus mercados naturales. Otro tanto ocurre en el sector energético, pues si bien la legislación española establece la separación de actividades de generación, transmisión y distribución eléctrica, en Latinoamérica no existen tales normas, y empresas como REP-SOL, Endesa y otras han podido posicionarse con una dominancia significativa.

Según el último informe de CEPAL "la empresas españolas están llegando a lo más complejo de su estrategia de expansión en América Latina: lograr la plena aceptación y asimilación por parte de los mercados, las autoridades y los clientes de la región".

Ante este panorama son previsibles algunas reacciones, que obviamente serán calificadas de populistas, nacionalistas y proteccionistas. El problema es que la constitución de esa red ciberoamericana no está solamente vinculada a un entramado electrónico, sino a flujos de datos, de información y de contenidos, que afectan a determinados espacios culturales con sus intereses políticos, alianzas económicas y proyectos geopolíticos<sup>10</sup>, no siempre coincidentes con los hispanoportugueses, que buscan un reencuentro, a través de estas nuevas carabelas electrónicas (véase el Anexo final).

Cuando en la entrega del Premio Internacional de Periodismo Rey de España 1999, otro Villalonga, Fernando, actual Secretario de Estado, habló de consolidar la democracia en el marco de la mundialización, y destacó que las lenguas ibéricas "son una prenda de independencia espiritual, y su existencia y fortaleza reflejan la realidad y las posibilidades" de la comunidad iberoamericana", a los latinoamericanos nos sonó a un discurso harto conocido para bien y para mal<sup>11</sup>, desde hace más de 500 años ■

## NOTAS Y REFERENCIAS

1 El carácter ibérico de esta nueva empresa se ha perfilado a partir de principios de febrero del 2000, cuando el representante de MCI World-Com, Bert Robert, segunda compañía de Telecomunicaciones de EE.UU. y aliada de *Telefónica* desde 1998, dejó de asistir al Consejo de Administración, siendo ya evidente el viraje de la empresa española hacia América Latina. En las actuales circunstancias *Telefónica* se encuentra en una posición más cómoda para aliarse con Portugal Telecom, con la que ha intercambiado capital y comparte intereses en África y el Brasil, que

con MCI, una de sus competidoras en el mercado de empresas dentro de España (El País, 5 de febrero del 2000, p. 59).

2 El nuevo organigrama de *Telefónica* incluye varias áreas de negocios: *Telefónica* de España, *Telefónica* Data, *Telefónica* Móviles, TERRA (Internet), TPI-Páginas Amarillas, *Telefónica* Media (Medios de comunicación), *Telefónica* B2B (Negocios).

3 Hemos obviado el tratamiento de las líneas aéreas y del sector turístico, que poseen también una proyección importante en el espacio latinoamericano. A pesar de los problemas surgidos con la privatización de Iberia, la línea ha establecido una alianza estratégica con el grupo One World, la mayor mundial, y ésta se ha convertido en la compañía líder entre Europa e Iberoamérica con vuelos a 22 destinos latinoamericanos y 22 ciudades de EE.UU. La experiencia española en el sector turístico con empresas como Meliá, ofrece una venta comparativa indiscutible en la zona.

4 No quisiéramos pensar que el espíritu de esta nueva intervención es una réplica de la anterior conquista, aunque a veces reaflore en el ánimo de algunos Generales como Enrique Rodríguez Galindo: "con seis como ellos se había podido conquistar América del Sur". Declaraciones del General Rodríguez Galindo en el juicio por el caso Laza y Zabala (15 de diciembre de 1999).

5 Según la UNCTAD la inversión directa en América Latina creció en un 32% respecto a 1998 y alcanzaron los 97 mil millones de dólares. Como se ve los datos difieren de los de la CEPAL, pero confirman la misma tendencia.

6 No es de extrañar que algunos analistas políticos, y no solamente periodistas ilusos, hayan señalado interferencias económicas y políticas en el juicio seguido a Pinochet y en su posible extradición a España.

7 Ante las críticas y denuncias desatadas en un ambiente preelectoral sobre el reparto de "stock options", que favorece a la alta gerencia, -solamente las ganancias de su presidente superaron los 2.400 millones de pesetas-, se ha propuesto también repartirlas no solamente a los directivos, sino a los 125 mil empleados del antiguo monopolio. Un alto directivo de la CAIXA, que es el segundo accionista en importancia de *Telefónica* tras el BBVA considera muy arriesgada esta decisión, porque la renta variable es azarosa.

8 Curiosamente España y Portugal están a la cola en la red europea según el estudio de The Boston Consulting Group. Sólo el 0,06% de la población hispano-portuguesa tiene acceso a la red. El BGG afirma además que el 20% del mercado del comercio electrónico europeo está en manos de

empresas estadounidenses. Entre el 60% y el 70% de los internautas españoles compra en sitios web de fuera de España. El dato esperanzador es que el 20% de las ventas realizadas por compañías españolas en Internet lo hacen principalmente en América Latina (BGG, fev.2000).

9 "De las 35 empresas del IBEX, once han pasado a lo largo de la legislatura por un proceso de privatización: Aceralia, Altadis, Amadeus, Argentinaria, Endesa, Gas Natural, Indra, Repsol, *Telefónica*, TPI y Terra (...)

lo que supone que el Partido Popular ha elegido al máximo gestor de las empresas que suponen la mitad del mercado bursátil español", Estefanía, Joaquín: La concentración del poder económico, en El País, 23 de enero de 2000, p.60.

10 Basta con considerar las estrategias competitivas que están actualmente en el mercado y que también son de impronta latinoamericana. Starmedia Network, una de las principales competidoras de Terra en el mercado latino de Internet ha logrado incrementar el tráfico de su web en un 900% respecto a la cifra de 1998. Telmex, la empresa de telecomunicaciones más importante de América Latina, elegida para integrar el S&P Global 100, índice de la calificadora estadounidense Standard & Poor's, conjuntamente con la *Telefónica* estadounidense SBC invertirán 150 millones de dólares en Network Access Solutions, proveedora de acceso a Internet de Estados Unidos. También Telecom de Italia se ha lanzado al mercado hispano, y el ex monopolio italiano desafia a *Telefónica*, forjando una alianza para reforzar a la competidora Retevisión, que a su vez controlan casi el 16% del mercado. Miami es, sin duda, la base de esta nueva colonización cibernética y ahí es donde se han concentrado la mayor parte de los portales especializados en español.

11 Algunos ponen la esencia cultural de la hispanidad en el predominio del castellano o español, pero para otros es simplemente una oportunidad facilitar el negocio y hasta apuestan por el "spanglish". "En el mundo existen unas 4 mil lenguas. Pero sólo hay 184 estados. ¿Una lengua para cada estado? En este caso, haremos una resta elemental: sobran 3.186 lenguas. ¿Y alguien cree que los uniformadores centralistas se contentarán con esta cifra? Es evidente que no. En el fondo, y si pudieran, desearían que su lengua, aunque no fuera la más hablada estadísticamente, fuese la única lengua del mundo", Tusón, Jesús: (1999) *Lengua, Comunicación y Persuasión*, en "Mitos, Teorías y Aspectos del Lenguaje". Actas de las I Jornadas de Lingüística, Universidad de Deusto, San Sebastián.

### AVANCES DE LA FLOTA CIBEROAMÉRICA

1. Para principios de los 90 la agencia española EFE se había convertido en la principal agencia de noticias de los países latinoamericanos entre sí y con respecto a Europa.
2. Cuatro grandes grupos españoles dominan el mercado del libro en castellano, incluido el electrónico: Anaya, Santillana, Planeta y Plaza.
3. Anaya y Havas han comprado las editoriales brasileñas Atica y Scipiones del Grupo Abril con un 35% de la cuota del mercado educativo brasileño.
4. Terra absorbe los portales de Olé, Teleline, Zaz, Infosel, Gauchonet, Dónde, Ifigenia, Teknoland, *Telefónica* Net, IDT.
5. El 88 por ciento de los ingresos de *Telefónica Interactiva* provienen para 1999 de los negocios en México, Brasil y Chile.
6. Las emisiones de Hispasat, últimamente con su versión *Hispasat 1C* han sido orientadas hacia Iberoamérica y tienen como accionistas principales a *Telefónica* y BBV.
7. Ha arrancado el 2000 el viejo proyecto de las bolsas españolas de abrir un mercado electrónico específico para compañías latinoamericanas con presencia mayoritaria de valores filiales españolas y con la ambición de convertirse en la puerta de acceso de la inversión europea en América Latina.