

INTRODUCCIÓN

Junto al vínculo del proceso de acumulación de inversiones en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con el crecimiento de la productividad y el desarrollo económico, la segunda mitad de la década de los noventa fue testigo de una burbuja especulativa bursátil al amparo de lo que dio en llamarse nueva economía, y cuyo máximo exponente fueron las denominadas empresas punto com. No sólo se enfatizaban las posibilidades de crecimiento que brindan estas tecnologías, sino también distintos aspectos económicos que caracterizan a las TIC, y que para algunos suponían una superación de las reglas de funcionamiento económico existentes hasta entonces. Se ponía especial acento en características como las externalidades de red, presentes en la utilización de muchos servicios relacionados con las TIC. Sin embargo, la corrección bursátil de finales de esa década y la crisis posterior de buena parte de estas empresas y otras, como las del sector de telecomunicaciones, se encargó de recordar que las leyes económicas no habían cambiado en lo sustancial.

Esto no supone negar la existencia de elementos económicos condicionados por las características propias de las nuevas tecnologías. Al igual que en otros momentos históricos en los que se han producido cambios tecnológicos relevantes, las TIC han acentuado determinados aspectos económicos de la configuración de los mercados. Las economías de red, entendidas como el aumento del valor para el usuario de un servicio de la conexión con nuevos usuarios, junto a otros elementos, como los costes de cambio, la búsqueda o transacción, los problemas de compatibilidad entre redes o de propiedad asociados a los nuevos productos y servicios, afectan de manera decidida a la configuración de los algunos mercados. En gran medida, estos elementos favorecen la concentración empresarial y, por tanto, condicionan el comportamiento competitivo de los mercados. Por ello, resulta relevante el estudio particularizado de distintos mercados de servicios ligados a la comunicación.

El presente número de Economía Industrial completa la monografía que, bajo el título de «Economía de la Información y la Comunicación», se inició en el número anterior, dedicado a la difusión e impacto de las TIC. Coordinados también por **Rafael Myro** y **Cipriano Quirós**, ventiseis expertos contribuyen a la realización de un repaso de muchos de los aspectos económicos más relevantes que condicionan las nuevas tecnologías, así como al análisis, por separado y con más concreción, de algunos de los principales mercados de servicios de comunicación, prestando especial atención a su estructura competitiva.

En la presentación del tema central de este número, **David Cierco Jiménez de Parga**, Director General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, analiza el compromiso asumido por el Gobierno para desarrollar la Sociedad de la Información, reto que se encara, entre otros programas, a través del plan AVANZA. Pone el acento básico en la extensión de las nuevas tecnologías, de modo que se evite en nuestro país la existencia de «brechas digitales». De cara al exterior, el logro de este objetivo redundará en una resituación de España en un escenario internacional de fuerte competencia.

Bajo el epígrafe de «externalidades y concentración» se abre un primer bloque de contenidos, en el que **José Ignacio López Sánchez** y **José Luís Arroyo Barrigüete** exponen la importancia de los efectos más relevantes derivados de la difusión de las TIC, cuales son las externalidades de red positivas. En el trabajo que sigue, **Juan Pablo Maicas** presta de nuevo especial atención a algunas de las características económicas asociadas a productos derivados de las TIC y que condicionan la estructura del mercado. Descubre, en el escenario de la telefonía móvil, que los costes de cambio y los efec-

tos de red afectan decididamente el comportamiento de los usuarios de estos servicios y, por extensión, a la competencia efectiva en uno de los mercados de mayor dinamismo. **María Ángeles Montoro Sánchez** y **Marta Ortiz de Urbina** estudian, en un tercer trabajo, la concentración observada en el sector de las TIC de la Unión Europea. El estudio detallado de las operaciones de crecimiento externo, llevadas a cabo por empresas europeas en el periodo 2000-2004, desvela que el porcentaje de acuerdos de cooperación y fusiones y adquisiciones es considerablemente mayor en el ámbito de las empresas vinculadas a las TIC.

El segundo bloque de contenidos está dedicado a las telecomunicaciones, principal mercado de las TIC, hasta el punto de representar alrededor del setenta por ciento del gasto español en TIC. El análisis de los factores que explican el grado de competencia alcanzado en estos mercados tras su liberalización centra el interés de **Elena Huergo Orejas** e **Israel J. Muñoz Hernández**, quienes exponen la evolución de este sector en un amplio conjunto de países durante los últimos años. Por su parte **Jesús Cabrera** y **Antonio García Zaballos** analizan el modelo de fijación de precios conocido como *price cap*, empleado por los órganos reguladores en el proceso de liberalización como instrumento de control de la actividad de los operadores que antes actuaban como monopolistas en sus respectivos mercados nacionales. En el último trabajo que integra este bloque, **Carlos Rodríguez Monroy** y **Carlos Almarcha Arias** ponen de manifiesto la necesidad de nuevos modelos organizativos que mejoren la agilidad y eficiencia de las empresas a partir del diseño de sistemas de información, especialmente en un sector como el de las telecomunicaciones.

¿Competencia en la televisión digital? Con esta pregunta podría abrirse el apartado dedicado a otros mercados. **Germà Bel**, **Joan Calzada** y **Raquel Insa** analizan los procesos de concentración que se observan en los mercados audiovisuales. La posible merma de la competencia que puede provocar, así como la determinación de los precios de acceso a las plataformas de televisión digital, son cuestiones que surgen de la observación de las situaciones reales que se vienen produciendo en el mercado español. **Francesco D. Sandulli**, **Beatriz Minguela Rata**, **Antonio Rodríguez Duarte** y **José Ignacio López Sánchez** investigan las razones que están detrás del hecho de que las empresas utilicen cada vez más Internet para llevar a cabo sus transacciones comerciales, identificando qué facilidades derivadas del uso de la red valoran en mayor grado. Todo esto hace posible plantear políticas que fomenten este canal de distribución.

Uno de los sectores más estrechamente vinculados a las TIC es el postal. En cierta medida amenazado por el desarrollo de las nuevas formas de comunicación, su pervivencia implica su adaptación a un nuevo entorno y una mejora de la eficiencia en el suministro del servicio. **María José Iturralde Ibarlucea** y **Cipriano Quirós Romero** analizan el comportamiento productivo de este sector para el conjunto de la Unión Europea, vinculando el crecimiento de su productividad a determinados aspectos de su proceso de liberalización. El último trabajo de este tercer bloque está dedicado a analizar el comportamiento de las empresas en los mercados internacionales. **Encarnación Moral Pajares** y **Enrique Bernal Jurado** estudian la posible relación entre la intensidad con que los sectores industriales de la economía española incorporan y aprovechan las TIC y su actividad comercial en el mercado internacional.

La parte monográfica correspondiente a este número se cierra con dos trabajos que analizan sendas experiencias empresariales. **Pedro Kleff** y **Antonio García**, del Grupo GONVARRI, ofrecen la interesante experiencia de cómo esta empresa, dedicada desde hace más de 45 años a la compra, almacenaje y corte del acero, y en la actualidad líder español de centros de servicios del acero, con destacada presencia en el mercado europeo y brasileño, ha acometido la incorporación de las TIC. El proceso se inicia en 1998 con la definición de un modelo de procesos de negocio común para todo el Grupo que pretende simplificar y optimizar la gestión y que se implanta en las distintas áreas de la compañía. Por su parte, **Antonio Castillo** presenta un caso de aplicación de las TIC en Telefó-

nica, una de las empresas líderes en el mercado de las telecomunicaciones. La Nueva Ciudad de las Comunicaciones de esta empresa, que alojará a 14.000 empleados, supone, sin duda, un enorme reto de cara a la implantación y el despliegue de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones.

El número se cierra, en su parte dedicada a los artículos, con la habitual sección de otros temas. En este caso, incluye un trabajo de ecología organizativa, en el que **José Moyano Fuentes y Manuel Núñez Nickel** ponen de manifiesto la insuficiencia de los análisis basados en la competencia entre poblaciones de empresas dependientes de combinaciones similares de recursos. El estudio se centra en la industria almazarera guíñense.