

La firma le compite a DirecTV en América Latina

Se posiciona Telmex en tv

Logra ubicarse en el segundo sitio en toda la región

Angelina Mejía Guerrero
angelina@eluniversal.com.mx

Con ofertas comerciales de televisión de paga en cuatro países de Sudamérica, Telmex se convirtió en el segundo operador de este segmento en la región, al dar servicio a alrededor de 5 millones de clientes.

El primer operador en América Latina es DirecTV, con 5.5 millones de suscriptores.

No obstante, a Telmex le falta el mercado más importante, México. Mientras espera la autorización para operar aquí, la empresa se prepara a través de tres frentes: DTH (vía satélite), mediante su red alámbrica (IPTV) y como arrendador de capacidad a otros operadores, según expertos.

De acuerdo con la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), Telmex llevó a dichas instancias gubernamentales los trámites para estos tres negocios.

Para Carlos Blanco, especialista en mercados de televisión de paga de Signals Telecomm Consulting, la compañía ya dio el primer paso, al firmar el acuerdo comercial con MVS Echosstar para dar televisión satelital, pues es una manera indirecta de ingresar a este negocio y "empezar a probarlo antes de lanzarse como proveedor directo".

Pero no sólo eso, sino que en este convenio con MVS Echosstar, el papel de Telmex puede llegar a convertirse en el *carrier de carriers*, es decir, ser el proveedor de la capacidad sateli-

tal a través del satélite StarOne C2, de la brasileña Embratel, propiedad de Telmex, artefacto que además de cubrir Sudamérica, su huella pisa hasta México y Florida, indicó.

Esto se presume porque el Echo 4, que es el equipo que da la capacidad satelital al servicio de televisión de MVS Echosstar, sólo tiene una vida útil de dos a tres años, por lo que Telmex, a través del StarOne C2, puede cubrir ese requerimiento tecnológico, dijo Blanco.

Al mismo tiempo, este satélite le daría la oportunidad a Telmex para atacar otro de los tres flancos en México: el servicio de televisión directa al hogar para sus clientes, con lo cual atenderá a segmentos de menores recursos, y donde no tendrá cobertura su red terrestre IPTV, que es la otra tecnología que usará para ofrecer *triple play*, dijo Blanco.

"La intención de Telmex podría ser la creación de una red regional de televisión vía satélite en América Latina", sostuvo.

El mercado de DTH alcanzará una facturación de 4 mil 602 millones de dólares a 2013 y Telmex captaría 10.5% de ese pastel, según un estudio realizado por el especialista.

Además de México, también está pendiente el lanzamiento del servicio de DTH en Brasil, con Embratel, el cual se prevé en 2009.

En Chile, la empresa tiene este servicio (mediante la compra de Zap) y también en Perú, país en el que Telmex ofrece televisión vía satélite y por cable.

Brasil y Colombia son los mercados en los que se concentra el mayor número de usuarios de Telmex TV, aunque la brasileña Net tiene 3 millones de clientes.

Reportes financieros de Teléfonos de México revelan que en el tercer tercio del año los ingresos que dejó la tv de paga en América Latina crecieron 241.5% respecto a lo obtenido en el mismo periodo de 2007.



Fecha 01.12.2008	Sección Finanzas	Página 1
----------------------------	----------------------------	--------------------

“ La intención de Teléfonos de México podría ser la creación de una red regional de **televisión** vía satélite en América Latina”

Carlos Blanco
Especialista de Signals
Telecomm Consulting



La empresa se encuentra impedida para ofrecer tv de forma directa en el país

2013	SE ESPERA que en este año, DirecTV tenga de participación 69% y Telmex 10.5% en la región	5.5	MILLONES DE USUARIOS tiene DirecTV en América Latina; Telmex 5 millones, y Telefónica 1.5 millones
-------------	--	------------	---