



Es hora que Telmex entre a **televisión**

El tiempo pasa y Telmex sigue sin poder ofrecer servicios de video. Ya es hora de que las autoridades le permitan hacerlo.

Existe un criterio que debe reinar sobre cualquier otro al evaluar si se debe o no permitir al gigante de las telecomunicaciones entrar al negocio de la **televisión**: el beneficio del consumidor. Y bajo este criterio rector, es difícil justificar por qué tras casi dos años de haber solicitado la modificación de su concesión y aun después de cumplir con todas las condiciones impuestas por la autoridad, Telmex no pueda ofrecer video.

La lógica parecería contundente. En la actualidad, las opciones de **televisión** con las que cuenta la gran mayoría de la población mexicana son sumamente limitadas. La entrada de un competidor, sobre todo uno como Telmex —con su poderío económico, su infraestructura y su capacidad tecnológica— le daría a millones de consumidores más opciones televisivas de manera casi instantánea y seguramente a menor costo. ¿Quién puede estar en contra de un resultado como éste?

Los principales argumentos que se utilizan para rechazar la entrada de Telmex a la **televisión** son que su posición dominante en

el sector de telecomunicaciones le concede una ventaja competitiva injusta y que darle acceso a un nuevo sector a una de las empresas más poderosas del país le daría aún más poder. Algo hay de cierto en esto. Pero, ¿por qué tienen que pagar el precio de contener a Telmex los millones de consumidores que se verían beneficiados por más opciones televisivas? Castigar a Telmex por esta vía es castigar al consumidor.

Además, no hay que olvidar que existe una empresa igualmente poderosa en la **televisión**: Grupo **Televisa**, a la que ya le fue permitido invadir otros sectores, concretamente el de Telmex. Para el enorme beneficio de los consumidores, las autoridades dejaron a **Televisa** competir en telefonía e internet, las líneas de negocios tradicionales de Telmex. **Televisa** ha aprovechado esta oportunidad comprando empresas cableras en distintas regiones del país para así posicionarse a escala nacional, ofreciendo un atractivo paquete de video, voz y datos (lo que se conoce como el *triple play*).

Dados los positivos resultados de una mayor competencia en telecomunicaciones con la entrada de **Televisa**, ¿por qué no hacer lo propio en **televisión**? ■M

juliose28@hotmail.com

