

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Hi-tv eleva competencia en TV digital

Una de las críticas recurrentes al modelo económico mexicano es la falta de competencia en muchas actividades.



Héctor Slim Seade.



Lorenzo H. Zambrano.



Carlos García Fernández.

En las últimas semanas en el sector de telecomunicaciones han comenzado los jalones y las patadas por debajo de la mesa ante el surgimiento de nuevos jugadores en la televisión digital, un nicho de gran potencial.

Al cierre de 2008 se estimaba que en todo el país existen alrededor de 7.9 millones de usuarios de diversos sistemas de televisión de paga, lo que implicó un crecimiento de 7 con respecto a 2007 con todo y la crisis.

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), que encabeza Héctor Osuna, estima que la penetración de ese servicio alcanza 65.4 usuarios por cada mil habitantes.

Otro indicador que revela los alcances de esa actividad es que existen

en el país poco más de 22 millones de casas, y si a esa cifra agrega que muchos negocios están contratando servicio de TV digital, ya sea por cable o vía satélite, se explica por qué algunos analistas consideran que ese mercado con toda facilidad podría ser del doble.

Empero, la realidad es que ese negocio no crece a las tasas deseadas porque muchas familias en México no tienen los recursos para pagar esos servicios.

Pues bien, la nota es que ha comenzado a ofrecerse un nuevo servicio, se trata de Hi-tv, que tiene como foco llevar la tecnología digital a familias de menores ingresos y que por sus condiciones económicas no pueden acceder a los servicios tradicionales que le comento, lo que viene a ser un parteaguas en la industria.



Hi-tv tiene como socios a Elektra y TV Azteca, ambas empresas de **Ricardo Salinas Pliego**, quien en otros sectores ha probado que la sociedad gana cuando las grandes empresas deciden voltear a lo que los economistas llaman la base de la pirámide, es decir, los mexicanos de ingresos modestos.

Como imaginará, las primeras reacciones de las empresas dominantes en el sector de TV de paga, entiéndase Sky y Cablevisión, no fue la mejor.

Curiosamente algo similar se dio hace unas semanas con el lanzamiento

de Dish, un servicio de TV de paga satelital que tiene como accionistas a MVS, Echostar y Telmex en la parte comercial.

La realidad es que una de las virtudes de Hi-tv es que dentro del marco legal, y a partir de las frecuencias a las que tiene derecho Salinas Pliego, puede llevar la tecnología de TV digital a más personas al transmitir señales adicionales en el canal que fue concesionado a TV Azteca para ofrecer ese tipo de servicios.

Con esto le quiero decir que Hi-tv cumple con la política digital autorizada por el gobierno al promover el uso óptimo del espectro, y con ello ofrecer a los mexicanos servicios de calidad, en especial cuando incluso amplias zonas del Distrito Fe-

deral no pueden acceder a los sistemas de TV digital, y ni qué decir en el interior del país.

Lo que está haciendo Hi-tv, y que al parecer preocupa a algunos, es transmitir señales adicionales con programación simultánea utilizando los canales que tiene concesionados con una programación que además es gratuita, es decir, la puede ver todo aquel que cuente con el dispositivo idóneo para ello, en este caso el sintonizador de Hi-tv.

Habría que señalar que Hi-tv toma lo mejor de la experiencia internacional en ese tipo de servicios al incentivar la adopción de nueva tecnología por parte de la población en general.

Y es que ver la misma programación con mejor calidad de audio y video no ha sido incentivo suficiente para que la población migre a la TV digital, y la experiencia internacional ha revelado que en los países donde esa migración ha sido exitosa, uno de los componentes fundamentales es precisamente el ofrecer programación adicional gratuita, cosa que es mal vista aquí por algunas empresas que quisieran que nada cambie.

En fin, el negocio de TV digital debe ampliar sus opciones en beneficio de la población, algo que comparten las autoridades.

TV AZTECA

Hi-tv tiene como foco llevar de forma gratuita servicios de TV digital a partir de la concesión de TV Azteca

TELMEX

Telmex y el sindicato de telefonistas dan un paso clave para modificar el plan de jubilaciones de los trabajadores

Fecha 12.05.2009	Sección Negocios	Página 18
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Telmex logra cambios en jubilación

Ya le he comentado que uno de los grandes desafíos de las empresas en todo el planeta es conseguir reglas para la jubilación de sus trabajadores acordes a la nueva realidad económica, pero sobre todo a la mayor expectativa de vida. Fijese que Teléfonos de México, que dirige **Héctor Slim Seade**, acaba de llegar a un acuerdo con el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana, que lidera **Francisco Hernández Juárez**. Se trata de un Acuerdo Marco que incluye cambios en el esquema de jubilación para personal de nuevo ingreso, aumentando la edad de la misma a 60 años, tanto para hombres como mujeres, y con 35 años de servicio. Ambas partes ponderaron que con ese cambio en las condiciones laborales la empresa podrá fortalecer su desarrollo a partir de mejorar la competitividad. Definitivamente se trata de una negociación trascendente para Telmex, una firma que no ha frenado sus inversiones incluso con la crisis, y que ahora en la parte laboral también está logrando elevar su competitividad, de ahí que el acuerdo en cuestión vaya en la dirección de fortalecer su política de elevar los estándares de calidad a niveles internacionales sin tener que trasladarla a mayores tarifas.

Cemex, en la mira de la CFC

La alerta por la epidemia de influenza comienza a disminuir, lo que permite darnos cuenta de todo lo que sucedió en esas dos semanas mientras la atención de toda la sociedad no se concentraba en otro tema. Es así como se generó una nota que en otras circunstancias hubiera llenado varias planas. El tema es que el 7 de mayo pasado Cemex, de **Lorenzo H. Zambrano**, emitió un aviso al mercado bursátil en el que acepta que se encuentra sujeta a investigación por parte de la Comisión Federal de Competencia (CFC) que encabeza **Eduardo Pérez Motta**, por prácticas monopólicas y de colusión con otras cementeras. La CFC resolvió de esta forma un caso iniciado en 2006, cuando **Ricardo Alessio**, **Luis Bonales** y **Ricardo Camacho** presentaron una denuncia ante el organismo, acusando a Cemex de prácticas monopólicas y de poner trabas para que aquéllos pudieran importar al país cemento ruso que sería vendido por debajo de los precios establecidos en el mercado por la empresa de Zambrano. Ahora queda esperar que Cemex presente en un mes pruebas suficientes para actuar en su

defensa, pues después de casi dos años de estudiar los hechos, la CFC concluyó que en efecto, la empresa obstaculizó la entrada a México del buque Mary Nour. De no convencer al antimonopolio, la cementera debería acatar un fallo inapelable que le costaría varios millones de multa. En fin, que ante la caída de los mercados de Estados Unidos y España, que representan buena parte de la facturación de Cemex, ahora se complica más el escenario para una empresa que además de las autoridades antimonopólicas está en la mira de los inversionistas por su abultada deuda pendiente a renegociación.

García Fernández, a ANPACT

Donde acaba de darse luz verde a un cambio al más alto nivel es en la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT), que a partir de la próxima semana tendrá como presidente a **Carlos García Fernández**, en sustitución de **Juan José Guerra Abud**, quien presidió esa asociación durante ocho años y renunció apenas en marzo. Como sabe, García Fernández hasta hace poco ocupó la presidencia de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer), un organismo desconcentrado de la Secretaría de Economía y que ahora ha sufrido cualquier cantidad de cuestionamientos por parte del sector privado. Ahora el Consejo de Directores de la ANPACT ha decidido invitar a García Fernández a presidir ese organismo que representa a los fabricantes de autotransportes de carga y pasaje de México. Entre los socios de ANPACT están fabricantes de unidades de autotransporte de la talla de Daimler Vehículos Comerciales México, Daimler Tractocamiones, Kenworth Mexicana, MAN Truck & Bus México, Navistar México, Scania de México, Volkswagen de México, y Volvo de México, así como los fabricantes de motores a diesel Cummins y Detroit Diesel Allison de México. ☒

rvarela@elfinanciero.com.mx