

## USUARIOS OBJETIVO

América Móvil tiene todo para triple play, solo le falta la autorización

- Líneas fijas: 14.6 millones (3 millones residenciales)
- Líneas en paquete (telefonía e internet): 8.1 millones
- Líneas de telefonía pública: 0.7 millones
- Líneas sin paquete: 4.3 millones (1.3 millones comerciales y 1.5 millones)
- Líneas de telefonía social: 1.5 millones

Fuente: informe al primer trimestre de 2012 de Telmex, Select, IDC y Cofetel

# Telmex, por 8.1 millones de usuarios para triple play

Carla Martínez  
carla.martinez@eluniversal.com.mx

Telmex podría dar el servicio de triple play (telefonía fija, internet y televisión de paga) de manera inmediata a aproximadamente 8.1 millones de usuarios que ya cuentan con algún paquete de la empresa.

A 2012, última fecha en la que la empresa emitió un reporte financiero y según cifras de Select, IDC y Cofetel, Telmex contaba con 14.6 millones de líneas, de las cuales 8.1 millones de usuarios representan el servicio de telefonía fija más internet y 4.3 millones de líneas no cuentan con paquetes.

De acuerdo con cifras de Accival, Telmex tendría que vender 4 millones de líneas de telefonía fija para disminuir su preponderancia.

Con su entrada al mercado de TV de paga, América Móvil superaría al mercado de televisión por cable, que tiene 8 millones de suscriptores, y al de TV vía satélite, que suma 7 millones de suscriptores, según cifras a marzo de 2014 del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Abel Hibert, académico de la Universidad Metropolitana de Monterrey y ex comisionado de la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), aseguró que estos 8 millones de usuarios serían su

objetivo, pues, de alguna manera, es un mercado cautivo que tiene la empresa en la actualidad.

Además, la estrategia de Telmex no será entrar de golpe a dar todo el mercado, porque podrían considerarlo como preponderante, indicó el académico.

“La definición de preponderancia fue tan mala que de los 8 millones de usuarios que tiene, tendría la posibilidad de escoger a los de mayor ingreso y jugar con 49% de mercado”, explicó Hibert.

María Tereza Azevedo, analista de UBS, dijo que, a pesar de la escisión que realizará América Móvil para acceder al mercado de televisión de paga, es una estrategia con beneficios a largo plazo en convergencia para la empresa.

### Pequeños cableeros, en riesgo

Gabriel Sosa Plata, analista de telecomunicaciones, comentó que con la inminente entrada de América Móvil al segmento de televisión de paga en paquetes de triple play los afectados serían las pymes de televisión por cable.

Por ello, las opciones que tienen los pequeños empresarios es vender sus empresas a Televisa o a Megacable o llevar a cabo alianzas estratégicas y concentraciones ente ellos, indicó Sosa Plata.

