

Izzi acusó a Telmex ante el IFT por presunto sabotaje.



TELEVISA ACUSA FALLAS EN CALL CENTER Piden investigar a Telmex por posible sabotaje comercial

El centro telefónico atiende llamadas de clientes y posibles clientes de Izzi, la marca recién lanzada por la televisora para competir más frontalmente contra Slim

Claudia Juárez Escalona
EL ECONOMISTA

LAS NUEVAS ofertas de mercado de telecomunicaciones y radiodifusión y el nuevo entorno de competencia enfrentaron una vez más a las empresas más emblemáticas de ambos sectores: Televisa y Telmex.

Televisa presentó, ayer, ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), una denuncia contra Teléfonos de México (Telmex) por posible “sabotaje comercial”, a una semana del lanzamiento de Izzi.

Adolfo Lagos, vicepresidente de Televisa Telecom, dijo: “La denuncia de hechos presentada ante el IFT tiene como objeto que la autoridad reguladora investigue los hechos y determine si éstos constituyen violaciones a la ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión y a la de competencia económica y si las mismas son imputables a Telmex”.

Jean Paul Broc, vicepresidente de

Operaciones de Televisa, explicó que el pasado 7 de noviembre alrededor de 50% de las llamadas hechas al número de atención telefónica de Cablevisión fue dirigido al número de un cliente residencial de la cablera por problemas técnicos.

“Detectamos una baja de tráfico de alrededor de 50% en nuestro *call center* alrededor de las 9 de la mañana, realizamos pruebas para identificar dicha anomalía y detectamos que dichas llamadas no estaban entrando a nuestro *call center*, así que levantamos un reporte al sistema de monitoreo de Telmex”.

Los ejecutivos coincidieron en que “sería muy preocupante para la competencia y consumidores que tan seria afectación al servicio de nuestros usuarios derivara de un acto deliberado de Telmex. Preocupa que con esta acción se pretenda presentar como una falla lo que en realidad podría ser un acto de sabotaje



comercial a las ofertas de nuevos productos y servicios que estamos lanzando”.

Adolfo Lagos afirmó: “Llama la atención que un número que tenemos contratado desde hace más de 10 años haya sufrido una afectación de esta magnitud y tuviera una falla de ese tamaño justo en la semana de lanzamiento de un nuevo producto que compite frontalmente con Telmex”.

TELEVISIÓN BUSCA PUBLICIDAD: TELMEX

Telmex rechazó las acusaciones de Televisa de sabotaje, por la falla en el *call center* de Cablevisión; por el contrario, la telefónica aseguró que la denuncia ante el IFT de la televisora es parte de una estrategia de publicidad con fines comerciales.

A través de un comunicado, Telmex explicó que “la contingencia que se registró en dicho *call center* fue parcial y tuvo como origen problemas en uno de los dos medios de

transmisión que le proporciona Telmex, toda vez que Televisa no dispone de infraestructura propia necesaria para comunicarse con sus clientes”.

Dio como referencia que las fallas en los medios de transmisión están previstas en los contratos que se celebran entre los operadores de telecomunicaciones.

Incluso, destacó que “el *call center* de Televisa continuó trabajando parcialmente, debido a la redundancia que le proporciona Telmex”. Declaró que en cuanto recibió el reporte de la afectación correspondiente, personal de Telmex restableció el servicio en tres horas siete minutos. El tiempo máximo previsto para atender este tipo de problemas en la industria es de cuatro horas.

“Esta acción de Televisa parece ser parte de una estrategia de publicidad con fines comerciales”, sostuvo. Telmex indicó que se

ocupará en tiempo y forma de todos y cada uno de los requerimientos que presente el IFT para atender y resolver la denuncia de hechos que presentó Televisa.

cjescalona@economista.com.mx

El 7 de noviembre alrededor de 50% de las llamadas hechas al número de atención telefónica de Cablevisión fue dirigido al número de un cliente residencial de la cablera por problemas técnicos.

Ofertas de referencia de AMX, a más tardar 21 de noviembre: IFT

Más información en:
economista.mx



Adolfo Lagos, vicepresidente de Televisa.

FOTO EE: HUGO SALAZAR