

Sugieren expertos que le impidan la compra de más cableras

Piden para Televisa restricción especial

El grupo televisivo no debe vender publicidad en paquetes, dicen

VANIA GUERRERO

El **Instituto Federal de Telecomunicaciones** (IFT) debería frenar la dominancia de Televisa en televisión de paga impidiéndole comprar más cableras, vender publicidad empaquetada y comprar o vender contenido en exclusiva o a precios preferenciales.

Analistas señalaron que para poder equilibrar este mercado en el que Televisa tiene poder sustancial en 86 por ciento de los municipios del País, es necesario que el regulador aplique medidas más estrictas que las sugeridas en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Ayer, el IFT publicó en el Diario Oficial de la Federación un extracto del dictamen preliminar sobre la existencia de poder sustancial de Televisa, en el cual se indica que cuenta con ventajas competitivas frente a sus rivales en 2 mil 124 lo-

calidades del País, entre ellos el Distrito Federal, Monterrey, Cuernavaca y Puebla.

Tras darse a conocer la información, las acciones de Televisa perdieron 2.46 por ciento.

La actual legislación estipula que se puede obligar a los agentes con poder sustancial o dominante a presentar contabilidad separada de los servicios que ofrece o que compartan su infraestructura con competidores.

Sin embargo, Fernando Butler, especialista económico en telecomunicaciones, comentó que el regulador podría ir más allá y prohibir a Televisa que compre más cableras sin su autorización.

“Ya no debería comprar más cableras, porque no sólo es la que tiene más de 60 por ciento de participación en televisión de paga, sino que también es preponderante en televisión abierta”, comentó Miguel Flores Bernés, experto en competencia económica.

En un comunicado, Grupo Televisa señaló que la empresa está analizando el dic-

tamen enviado por el regulador, pero indicó que confía en que el **IFT** hará una valoración adecuada del sector de telecomunicaciones.

“Aun si se tomara en cuenta sólo el mercado de la TV restringida, no tenemos poder sustancial, ya que no podemos fijar precios en ese mercado como el propio IFT lo ha determinado en otros expedientes ya resueltos”, aseguró.

Los analistas consideraron que Grupo Televisa —a través de Sky, Izzi, Cablemás, Cablecom, TVI, Telecable, entre otras— también debería enfrentar medidas en cuanto a publicidad y contenido.

“La publicidad en televisión de paga ya no es un ingreso tan desdeñable. El IFT podría imponer que no se ofrezca publicidad en paquete, sino desagregada”, recomendó Butler.

Por su parte, Flores Bernés dijo que el regulador también podría imponer medidas en cuanto a contenido, pues Grupo Televisa tiene una fuerza monopsonica, es decir que es el único comprador y vendedor en algunos mercados.



Fecha 19.03.2015	Sección Negocios	Página 1
----------------------------	----------------------------	--------------------

