

AT&T: Nuevo jugador, mismas mañas

El mejor candidato para competir contra las prácticas monopólicas de **Telcel es sancionado en Estados Unidos por los mismos vicios que tiene la empresa de Carlos Slim**

**POR ALEJANDRO DABDOUB
Y ROLANDO HINOJOSA**

@indigonomics

La reforma de telecomunicaciones aprobada en la actual administración prometió acabar con los abusos que realizan desde hace años **Telmex** y **Telcel** gracias a su amplia dominancia en el mercado. Para conseguirlo, la nueva regulación facilitó la entrada a más empresas de telecomunicaciones con el fin de que las leyes del mercado se encarguen de transformar la industria nacional.

El único nuevo competidor hasta el momento que tiene la capacidad de hacerle frente al imperio de Carlos Slim es la compañía estadounidense AT&T.

La empresa ya cuenta con una importante presencia en México después de que en el último año adquiriera las operaciones de DirecTV, Iusacell y Nextel. Sin embargo, su presencia puede significar más de lo

mismo para los mexicanos.

The Wall Street Journal dio a conocer ayer que la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos (FCC, por sus siglas en inglés) planea imponer una multa de 100 millones de dólares a AT&T.

La autoridad acusa a la empresa de engañar a sus clientes con supuestos planes ilimitados de Internet para móviles. No obstante, en la práctica los clientes tenían una cantidad de datos móviles limitada debido a que después de cierto uso, la velocidad del Internet disminuía de manera considerable.

La FCC determinó que está práctica es ilegal porque engaña a los consumidores porque prometen planes "ilimitados" que no lo son, mientras tanto, un vocero de AT&T afirmó que la empresa no estaba de acuerdo con el juicio de las autoridades. Esta misma práctica ha realizado **Telcel** en México quien, después de recibir miles de quejas por parte de sus consumidores, decidió eliminar los

paquetes de Internet ilimitado de su catálogo de servicios.

Entrada mexicana

AT&T sigue siendo el pretendiente con las mayores probabilidades de quitarles el trono del mercado mexicano de telecomunicaciones a las empresas de América Móvil, ya que en un espacio de menos de un año se ha convertido en uno de los actores mejores posicionados en esta industria.

Hasta el momento la empresa estadounidense ha invertido casi 53 mil millones de dólares en tres adquisiciones estratégicas (de DirecTV, Iusacell y Nextel México), como parte de su expansión hacia Latinoamérica. Estas compras le han otorgado a AT&T una participación de más de 11 por ciento en el mercado de telefonía móvil del país.

Pero la empresa parece estar lejos de conformarse con esto, pues es vista como la mejor candidata para adquirir a Axtel o para comprar los activos que América Móvil necesita vender para dejar de ser un actor pre-



Página 1 de 3
\$ 122778.00
Tam: 1077 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha 18.06.2015	Sección Primera	Página 26-27
----------------------------	---------------------------	------------------------

ponderante en el mercado y no enfrentarse a costosos castigos.

Para que **telcel** y **telmex** puedan operar bajo las mismas reglas del juego que sus competidores, deben comprobar que no poseen más del 50 por ciento del mercado. De lo contrario, se enfrentarán a una regulación asimétrica que los obligará, entre otras cosas, a compartir su infraestructura.

Por otro lado, Axtel podría in-

teresar más a AT&T, ya que sus servicios de televisión y de telefonía fija representan los eslabones que le faltan para competir contra América Móvil y Televisa en el cuádruple play.Ⓞ

52,875
millones de dólares
el monto total que
AT&T ha invertido
en su expansión

hacia Latinoamérica, mediante las compras de DirecTV, lusacell y Nextel México

11.2
por ciento
la participación del
mercado mexicano
de telefonía móvil que
sostiene AT&T, a través
de las operaciones de
lusacell y Nextel México

Una nueva era

La apertura del mercado de las telecomunicaciones presiona cada vez más a sus tres principales jugadores: América Móvil, Telefónica Movistar y AT&T.

De estos, Telefónica todavía es el segundo operador móvil más grande del país con una participación de mercado de 20 por ciento. Pero la concentración del mercado, producto de la entrada de AT&T, orilla a los directivos de Telefónica a vender la empresa.

Francisco Gil Díaz, presidente de la compañía, ha

dicho que es un momento decisivo para actuar y que es probable una fusión con Televisa y la adquisición de una operadora de cable.

En medio de estos gigantes se encuentra Axtel la que ha registrado un incremento en el valor de sus acciones. Axtel también podría ser del interés de AT&T ya que representa el eslabón perdido para que la telefónica estadounidense le compita a América Móvil y a Televisa en el Cuádruple Play.

Mientras tanto, otros competidores más pequeños se están abriendo

camino en el mercado como operadoras móviles virtuales (MVNOs, por sus siglas en inglés).

Estas empresas carecen de infraestructura y de concesiones del espectro radial, pero alquilan la capacidad de otras empresas para ofrecer planes bajo su propia marca.

Los MVNOs han sido clave para que las empresas tradicionales, como **telcel** y Movistar, comencen a ofrecer planes más atractivos a los consumidores.



Los consumidores merecen obtener lo que pagan. Los proveedores de banda ancha deben ser honestos y transparentes acerca de los servicios que proveen. La FCC no se quedará de brazos cruzados mientras los consumidores son engañados por materiales de mercadotecnia erróneos e insuficiente transparencia”

Tom Wheeler

Presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos

