

## Aseguran expertos que la cablera presiona precios a la baja

# Persigue Dish clientela élite

► Se espera la entrada también de Telefónica a este mercado, estiman especialistas

REFORMA / Staff

Después de pelear por los mercados de bajos ingresos, Dish ataca ahora a los "premium".

Con una oferta de paquetes de **televisión** que incluyen canales exclusivos de películas que más prefieren los usuarios, como los que ofrece su competidor Sky, y un precio 54.8 por ciento más bajo, Dish quiere disputar el segmento de clientes de alto poder adquisitivo del mercado de **televisión** satelital.

Analistas del sector de telecomunicaciones señalaron que a pesar de que los paquetes de Dish ofrecen menos canales de **televisión** de paga, así como de audio y sólo unos cuantos de TV abierta, que no incluyen ni los de **Televisa** y **TV Azteca**, la oferta resulta atractiva.

"Con la incorporación del nuevo satélite (QuetzSat-1) para su servicio, probablemente se

destinará la capacidad para lanzar un producto de mayor valor agregado", destacó Carlos Blanco, director de investigación de NextTV.

Además, teniendo como socio a Teléfonos de México, pueden lanzar una estrategia para ofrecer virtualmente triple play, agregó el investigador.

El analista de NextTV también indicó que Dish deberá considerar el tema de los contenidos, pues Sky ofrece programación exclusiva, ante lo que la empresa de

**MVS** tendrá que salir con contenidos propios que sean atractivos para los televidentes.

"Hemos visto que son (Dish) muy aguerridos en estos esquemas, con ofertas agresivas por lo que el resto del mercado (también de TV de cable) se tuvo que ajustar a sus precios", opinó Gonzalo Rojón, analista de The Competitive Intelligence Unit (CIU).

En México, el mercado actual de **televisión** de paga está liderado por Sky, seguido de Megacable y Dish, de acuerdo al

estudio "TV de paga en Latinoamérica", realizado por Accival de Banamex.

"Sin embargo, Dish podría subir a segundo lugar", explicó Carlos Blanco.

Desde 2006, con **MVS**, y dos años después, con Dish, la empresa que encabeza en México Joaquín Vargas entró ofreciendo menores precios lo que ha impulsado este mercado, señalan los especialistas.

"Con más de 1.7 millones de suscriptores, Dish le ha dado una importante lección a sus competidores: que en México los segmentos de bajos ingresos tienen un enorme potencial siempre y cuando el precio y la calidad ofrecidos sean razonables", señaló Andrés Coello, analista de BBVA Research.

El número de suscripciones de este servicio se ubicó en 3.8 millones al tercer trimestre de 2010, un crecimiento del 91.6 por ciento en relación al mismo periodo del año pasado.

Carlos Blanco agregó que además de Dish, en 2011 podría aparecer otro competidor en DTH, como Movistar, ya que Telefónica es un operador importante de DTH y entrará al mercado pues México demandará más capacidad.

## Se disputan las azoteas

Con menos canales, los paquetes de Dish buscan atraer a un mayor número de clientes.

### DISH

#### Paquete All Access Plus + HD

- > **Costo:** 299 pesos de suscripción y mensualidades de 389 pesos, más 100 pesos al mes por equipo HD.
- > **Televisión adicional:** 80 pesos
- > **63 canales** más algunos de **televisión** abierta (con excepción de los de **Televisa**)

Fuente: con información de los portales de Internet de las empresas.

### SKY

#### Paquete Universe

- > **Costo:** Suscripción de 399 pesos y mensualidades 797 pesos en precio de lista, más renta mensual de equipo HD desde 100 pesos.
- > **Televisión adicional:** aumenta el costo del paquete completo y la suscripción.
- > **240 canales** en total (161 de video, 29 de PPE y 50 de audio)



Fecha 03.01.2011	Sección Negocios	Página 8
---------------------	---------------------	-------------

## Compite en DTH

En los próximos 5 años, se espera un crecimiento de 100 por ciento en el servicio de DTH en Latinoamérica.

### 3.8

MILLONES de usuarios de **televisión** vía satelital (DTH) hay en México a septiembre de 2010.

### 10

MILLONES de usuarios de **televisión** DTH para finales de 2010 en Latinoamérica.

### 22.7

MILLONES de hogares tendrán servicio DTH para 2015, en la región.