

Ha sido una dura batalla política, pero en mayo de este año el Congreso de la Unión y las legislaturas estatales de México aprobaron por fin una reforma para abrir el mercado de las telecomunicaciones a una competencia más justa. La reforma –sancionada el 10 de junio por el presidente Enrique Peña Nieto– debe romper el cuasimonopolio de América Móvil, cuya subsidiaria Telmex posee 80% de las líneas fijas de México y alrededor de 75% de sus conexiones de banda ancha, en tanto su subsidiaria Telcel tiene 70% del mercado de móviles.

Llegar a este punto ha causado tensiones porque el dueño de América Móvil, Carlos Slim, es uno de los hombres más ricos del mundo. Sus empresas representan la tercera parte del mercado accionario mexicano, lo cual le da tremenda influencia política. El costo para el mercado de las telecomunicaciones en México ha sido una competencia ahogada y precios altos: los servicios de telefonía móvil y banda ancha cuestan 26 y 31% más que el promedio de la OCDE, respectivamente.

Con precios prohibitivos para los pobres, México tiene una de las tasas de penetración más bajas de la OCDE: 89% en telefonía móvil y apenas 13% en banda ancha en 2012. La infraestructura necesita inversión; sin embargo, los márgenes de utilidad en el acogotado sector móvil en México están entre los más altos del mundo. La propia América Móvil obtiene en el país la mitad de sus utilidades antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (Ebitda).

La reforma ordena que el nuevo Instituto Federal de Telecomunicaciones remplace a la actual Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), cuya impar-



Carlos Slim, el pasado 28 de mayo en el Palacio de Minería, con motivo del 50 aniversario de su titulación como ingeniero de la UNAM ■ Foto Carlos Cisneros

cialidad ha sido puesta en duda. Retira obstáculos a la propiedad extranjera de activos de línea fija y permite que inversionistas foráneos posean hasta 49% de las emisoras de radio o televisión. Las autoridades tendrán el poder de prevenir que alguna empresa controle más de 50% del mercado. La medida apunta directamente a Slim, pero también evitará que su principal rival, Grupo Televisa, gane mucho terreno.

Posición de mercado

Según *Forbes*, Slim y su familia han amasado una fortuna de 73 mil mdd; sus intereses abarcan ventas al menudeo, banca, construcción y mucho más. Su fortuna se hizo

en las telecomunicaciones, luego de adquirir el monopolio estatal Telmex en 1990, para añadirlo a su subsidiaria de telefonía móvil Telcel. América Móvil también es propietaria de Claro (móvil), Embratel (línea fija y satélites) y NET (banda ancha) en Brasil, y la mayor parte de TracFone (móvil) en EU; en fechas recientes ha comprado parte del operador holandés KPN y de Telekom Austria.

Con alrededor de 263 millones de suscriptores, América Móvil es hoy el cuarto operador mundial de redes móviles. También cuenta con más de 30 millones de líneas fijas, 18 millones de accesos de banda ancha fijos y más de 17 millones de suscriptores de televisión de paga. La compañía

se ha extendido por 18 países de América, y en todos menos tres es el primero o segundo operador en importancia.

Estrategia corporativa

Preocupada de que sus ingresos en México estén amenazados, América Móvil busca consolidar sus operaciones en el extranjero. La primera es Brasil, donde la empresa delibera sobre fusionar sus tres unidades, Claro, Embratel y NET (adquirida en 2012). La fusión crearía un Goliat brasileño de las telecomunicaciones.

Sin embargo, por todas partes surgen inquietudes sobre dominio del mercado. En Argentina, donde Claro posee 35% del mercado mó-

vil, el gobierno dio marcha atrás a los planes de poner a licitación el espectro de 3G y entregó la concesión a ArSat, de propiedad estatal. En Colombia, donde Claro cuenta con 62% del mercado, la compañía escapó por poco a la aplicación de normas antimonopolio en mayo, cuando los legisladores archivaron una iniciativa de ley que la habría obligado a ceder suscriptores. Una licitación de 4G, programada para este mismo año, contiene normas que limitan a América Móvil a frecuencias cuya operación resulta más costosa. Las preocupaciones por la competencia han llegado también a El Salvador, donde el año pasado el órgano supervisor rechazó el plan de Claro de comprar la operación local de Digicel.

Dadas sus tribulaciones en AL, América Móvil se está expandiendo con prudencia en Europa. Slim ha logrado adquirir 28% del operador holandés KPN y 23% de Telekom Austria. Aunque ambas tienen mercados domésticos pequeños y extremadamente competitivos, existe espacio para la expansión. Al parecer Telekom Austria ha estado estudiando ir más allá de sus operaciones domésticas, lo cual daría a América Móvil la oportunidad de enfocarse en Europa occidental. El año pasado se informó que la firma mexicana visualiza activos de telecomunicaciones en Polonia, si bien las versiones han disminuido en fechas recientes. Ahora se dice que va en pos de Telecom Serbia.

Riesgos/opportunidades estratégicas

Aun en México podría haber alguna esperanza para Slim, en forma de dos canales de televisión abierta propuestos en la reforma. Conforme a los términos de su título de concesión, Telmex no tiene derecho a entrar en el negocio de televisión de paga en su país. Así, en tanto América Móvil ofrece paquetes de “triple play” (teléfono, Internet y televisión) en otras partes de AL, tiene vedada la televisión mexicana. El mercado está dominado por Grupo Televisa y Tv Azteca, que tienen participación de mercado de 69 y 30%, respectivamente. La nueva licitación no está abierta a esas empresas, y tal vez tampoco a Slim.

Sin embargo, Slim está tomando otra ruta hacia la televisión. En septiembre de 2012, luego de adquirir acciones de dos equipos de fútbol, se alió a las cadenas de televisión estadounidenses Fox Sports y Telemundo para transmitir partidos en México y EU. Una jugada aún más astuta fue el anuncio, en marzo de 2013, de que América Móvil había ganado derechos exclusivos para transmitir en todas las plataformas de medios de AL (excepto Brasil) los Juegos Olímpicos de Invierno de 2014 en Rusia, y los Olímpicos de Verano de 2016 en Brasil. Por tanto, aun si la competencia llega al mercado mexicano de las telecomunicaciones, Slim está decidido a mantener su parte.

ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT

