

Telcel, la más valiosa, podría perder ese lugar por la reforma en telecom

Tiene Slim 4 de las marcas de mayor valor en México

Registra México la mayor alza en valor de firmas, revela estudio

Miguel Ángel Pallares Gómez
miguel.pallares@eluniversal.com.mx

El magnate Carlos Slim Helú es propietario de cuatro de las marcas mexicanas más valiosas del país: Telcel, Telmex, Inbursa y Sanborns, con valor calculado en 10 mil 221 millones de dólares, pero las perspectivas en el sector de apuntan a que esta ventaja caerá en los próximos 5 años por el impacto de la reforma en telecomunicaciones,

indicaron especialistas.

“Estas marcas han vivido cómodas en un entorno oligopólico, pero en cinco años se prevé que Telcel baje del primer lugar porque el entorno más competitivo generará la entrada de nuevos competidores y se notará”, dijo Fernando Barrenechea, director de consultoría de Interbrand México.

De acuerdo con el estudio *Best Mexican Brands 2014* de Interbrand, Telcel fue la marca más valiosa en el país con un precio de 5 mil 779 millones de dólares, pero dentro de la lista de las 25 mejor cotizadas está Telmex valorada en 3 mil 573 millones, Inbursa con 751 millones y Sanborns con 118 mdd.

Barrenechea explicó que la presencia de los negocios de Slim en el ranking se debe a las altas ganancias de sus compañías, ya que no existe un verdadero trabajo de desarrollo de la marca, por lo cual con un entorno más competitivo podrían tener dificultades para mantenerse

entre las principales.

“Según previsiones de analistas internacionales, con las reformas Telmex tendrá resultados negativos en los próximos años y Telcel

frenará sus altos crecimientos”, indicó el directivo.

El capital acumulado en las marcas de Slim representa una tercera parte del ranking total integrado por otras empresas de la talla de Grupo Modelo, de Ricardo Tadeu; Fomento Económico Mexicano (Femsa), de José Antonio Fernández Carvajal, y Grupo Bimbo, de Daniel Servitje.

La lista de Interbrand considera marcas nacidas en México, sin tomar en cuenta su compra por multinacionales. Además, sólo contempla a los signos distintivos de corporativos con información pública y con un flujo operativo Ebitda positivo en su último ejercicio.

“El poder de América Móvil en telefonía móvil es de 70% del mercado, 80% del mercado fijo y 65% en internet, de ahí que genera los suficientes ingresos para invertir en una marca y lograr ese valor, pero en la medida en que las reformas quiten activos e ingresos quizá tendrá un decrecimiento”, explicó Gonzalo Rojón, analista de The Competitive Intelligence Unit (CIU).

Para el directivo, la relación directa entre dominancia del mercado y marca se debe a la inversión de la compañía de Slim en medios publicitarios, así como desarrollo de tecnología e investigación.

Dentro de la BMV, América Móvil ha mostrado una tendencia a la baja en el precio de su acción desde 2012 cuando tomó posesión el actual presidente Enrique Peña Nieto y la caída continuó tras conocerse las reformas estructurales que incluían al sector de telecomunicaciones.

La acción de la empresa tuvo su mayor nivel de 2012 en 28 pesos; actualmente cotiza en 15 pesos (una baja de 46%). En capitalización de mercado (la suma de sus acciones), América Móvil ha perdido 588 mil mdp en títulos de la Serie L.

Andrés Audiffred, analista de Banco Ve por Más, resaltó que las perspectivas para Telmex y Telcel dependerán de la desinversión de activos, ya que impactará en sus ingresos, flujo y márgenes.

“México representa 35% de los ingresos de América Móvil y regis-

tra el mejor margen con 44%, pero se debe tomar en cuenta que estos bajarán cuando empiecen a aplicarse la desinversión y los cambios por las reformas”, indicó el experto.

Marcas activas

De 2009 a 2014, el desarrollo de marcas en México generó un alza de 88% en el valor de los signos distintivos más importantes del país, mayor a otras regiones como Norteamérica o Europa, dijo Interbrand.

“En regiones como Estados Unidos y Canadá el crecimiento no llega al 50%”, indicó Barrenechea.

En el actual estudio, las marcas más valiosas fueron Telcel, Corona, Telmex, Oxxo, Bimbo, Modelo Especial, Banorte, Banamex, Televisa, Bodega Aurrerá, Inbursa, Mexichem, Liverpool, Compartamos Banco, TV Azteca, Aeroméxico, Fud, Elektra, Jimador, Superama, Interjet, Suburbia, Cementos Moccizuma, Sanborns y **Maseca**.



Fecha 16.07.2014	Sección Cartera / Falla de origen	Página 5
----------------------------	---	--------------------



El poder de América Móvil en telefonía celular es de 70% del mercado, 80% de telefonía fija y 65% en internet"

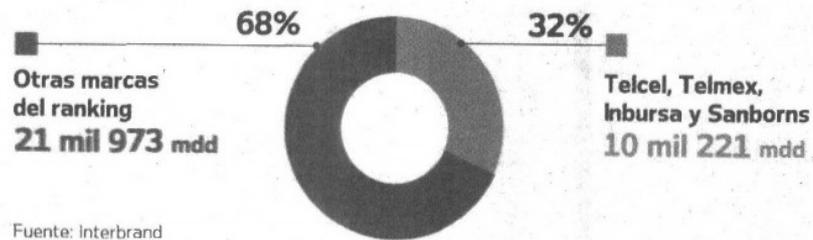
Gonzalo Rojón,
analista de The Competitive Intelligence Unit (CIU)

Según el estudio Best Mexican Brands 2014 de Interbrand, Telcel tiene una valuación de 5 mil 779 millones de dólares.

GRUPO PODEROSO

El valor de cuatro emblemas propiedad de Carlos Slim representan el 32% del total de las 25 firmas más reconocidas

Distribución de las 25 marcas más valiosas
(cifras en millones de dólares)



Fuente: Interbrand