

Slim vende en México y muchos se preguntan ahora dónde comprará

POR THOMAS GRUYTA
Y RYAN KNUTSON

La decisión de Carlos Slim de reducir su imperio de telecomunicaciones en México plantea interrogantes sobre sus intenciones al norte de la frontera.

América Móvil, la empresa del magnate mexicano, anunció la semana pasada que venderá activos para recortar su cuota de mercado en México de 70% a 50% para evitar sanciones regulatorias. El efectivo proveniente de la venta podría darle municiones para expandirse en otros países.

Su filial TracFone ofrece servicio móvil prepago y es el quinto mayor proveedor de telefonía celular de Estados Unidos. La empresa tiene siete marcas, entre ellas Straight Talk, que está disponible en locales de Wal-Mart Stores Inc.

TracFone continúa creciendo a través de una serie de adquisiciones de operadores pequeños de servicio prepago, y le da a Slim una marca y una presencia en EE.UU. en caso de que decidiera expandirse. La firma actualmente alquila capacidad en las redes de grandes operadores celulares como AT&T Inc. y Sprint Corp.

Algunos analistas se preguntan si podría presentar una oferta por un operador como T-Mobile US Inc., el cuarto mayor de EE.UU., que se prepara para una fusión con Sprint que enfrentaría grandes obstáculos regulatorios.

"Una incursión más significativa en EE.UU. con la adquisición (de T-Mobile) podría tener sentido estratégico", afirma John Hodulik, analista de UBS. Hodulik proyecta que las ventas de activos mexicanos podrían generarle a Slim más de US\$15.000 millones. El efectivo también podría destinarse a expandir su negocio de telecomunicaciones en Brasil y Europa.

La adquisición de T-Mobile es

una posibilidad remota porque la empresa ya está en negociaciones avanzadas con la dueña de Sprint, la japonesa SoftBank Corp. No obstante, otras opciones para Slim incluyen fortalecer su emporio de operadores de servicios prepagos con la compra otras firmas que también rentan capacidad de red de las grandes compañías celulares o incluso con la adquisición de activos que se pondrían a la venta si los reguladores permiten que Sprint y T-Mobile se fusionen. América Móvil prefirió no hacer comentarios.

Slim, de 74 años y una de las personas más ricas del mundo, ha expandido su imperio de telecomunicaciones en América Latina durante los últimos 15 años, y más recientemente ha ingresado a otros mercados. Actualmente está en proceso de comprar una participación minoritaria en Telekom Austria y posee otra en el operador holandés Royal KPN.

En los últimos años, banqueros le han propuesto posibles compras en EE.UU., entre ellas T-Mobile, Leap Wireless y MetroPCS, pero a Slim no le han interesado, según una fuente al tanto.

Cuando habló de su incursión en Europa hace dos años, la compañía explicó que consideró aumentar su inversión en EE.UU. pero que no quería poner en riesgo el modelo de TracFone, que le ha dado buenos resultados con un compromiso de capital mínimo.

"Es un mercado inmenso que implica enormes inversiones", dijo en su momento Carlos García Moreno, director financiero de América Móvil. "Si es realmente difícil seguir el ritmo [de los demás operadores], mucho más es alcanzarlos".

Slim ha estado activo en EE.UU., al comprar participaciones en empresas tan variadas como el minorista de lujo Saks

Inc., el proveedor de artículos para la oficina OfficeMax Inc. y la empresa de medios The New York Times Co. En 2000, adquirió el control del minorista de electrónicos CompUSA, que cerró unos ocho años más tarde.

Ante la continua consolidación del mercado de telecomunicaciones de EE.UU., no se sabe con certeza si Slim querría jugar un mayor papel en el sector. El empresario ha demostrado tener un buen ojo para detectar gangas en el pasado, al comprar en los años 80 y principios de los 90 un conjunto de empresas en México a precios de descuento.

Otro tema ha sido la estrecha relación con AT&T, que hasta hace poco tenía una participación en América Móvil. El vínculo data de los años 90, cuando Southwestern Bell Corp., predecesora de la AT&T actual, se asoció con Slim para invertir en la privatizada Teléfonos de México, o Telmex, de donde luego se escindió América Móvil.

Randall Stephenson, el actual presidente ejecutivo de AT&T, trabajó para Slim en México durante los años 90, y Slim incluso asistió a la boda de su hija. En una conferencia telefónica en mayo, Stephenson se refirió a Slim como "un amigo muy querido".

Las dos empresas con frecuencia han conversado sobre sus respectivas estrategias a lo largo de los años, según personas al tanto. En varias ocasiones consideraron realizar adquisiciones internacionales de forma conjunta y no deseaban competir de forma directa, dicen estas fuentes.

AT&T, sin embargo, vendió en junio su 8% en América Móvil después de acordar la compra del proveedor satelital DirecTV, que compite con Slim en el mercado de **televisión** latinoamericano.

Slim ingresó discretamente al mercado celular estadounidense a



fines de los 90, primero en el segmento de llamadas de larga distancia en alianza con Sprint y luego, en 1999, comprando una participación de control en Top Telecom Inc., un proveedor prepago con sede en Miami, por US\$57,5 millones.

La compañía después cambió su nombre a TracFone y ayudó a impulsar el negocio prepago colocando sus teléfonos en lugares donde clientes sensibles a los precios podrían comprarlos, señala

Rod Nakjavani, cofundador de Simple Mobile, que fue adquirida por TracFone en 2012.

“Se metieron en hipermercados y supermercados, y cada pequeño rincón y grieta que uno pudiera pensar”, dice.

En 2005, TracFone ganó la aprobación de la Comisión Federal de Comunicaciones de EE.UU. (FCC, por sus siglas en inglés) para brindar servicio celular bajo un programa del gobierno que ofrecía cuentas de línea fija subsidiadas a personas de bajos recursos. En el primer año en que el servicio estuvo disponible en algunos estados, los suscriptores del programa aumentaron más de 20%. El gobierno luego tuvo que reformar el programa para combatir fraudes, lo que resultó en la pérdida de millones de abonados en toda la industria.

TracFone ha crecido más rápido que sus rivales estadounidenses —aumentó sus clientes 27% en los últimos dos años— en parte con la compra de otras empresas que venden servicios móviles en redes alquiladas a otros operadores.

Al fines de marzo, TracFone contaba con casi un tercio de los suscriptores prepagos que utilizaban grandes operadores, según

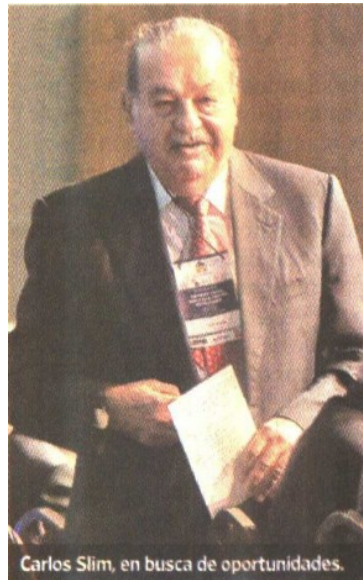
UBS, pero su ingreso promedio por usuario era de apenas US\$21,58 al mes, menos de la mitad de lo que obtiene Verizon Wireless de sus clientes de prepago.

Sus márgenes tampoco son fuertes, dado el alto costo de alquilar capacidad en redes y sus bajos precios. En México, América Móvil tuvo en 2013 márgenes operativos ajustados de alrededor de 44% en su negocio celular, según documentos presentados a los reguladores. En el mismo periodo, los de TracFone fueron de 8%.

Eso podría ser un incentivo para que Slim posea una red en EE.UU.

“Si no controlas la red, es difícil controlar tu destino”, asevera Paul de Sa, un ex funcionario de la FCC que ahora es analista sénior en Bernstein Research. “Es un sector difícil”.

—Anthony Harrup contribuyó a este artículo.

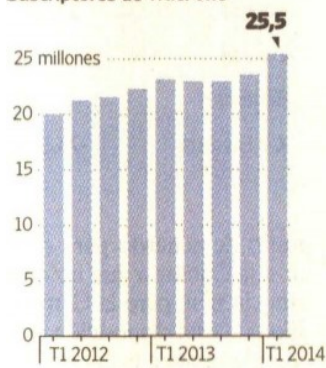


Carlos Slim, en busca de oportunidades.

La conexión estadounidense

TracFone, de América Móvil, es el mayor operador de teléfonos prepagados en EE.UU., pero su ingreso por usuario es menor que el de sus competidores.

Suscriptores de TracFone



Ingreso promedio por usuario de móviles prepagos

T1 2014

Verizon Wireless	US\$46,42
AT&T Mobility	38,32
T-Mobile	35,89
Sprint	28,11
TracFone	21,58

Fuente: UBS

The Wall Street Journal