

Fecha 22.07.2014	Sección Termómetro Económico	Página 2-5
----------------------------	--	----------------------

AMÉRICA MÓVIL NO CUMPLE EXPECTATIVAS

La empresa de telecomunicaciones **América Móvil** reportó resultados Positivos, aunque no cumplieron con las expectativas de los analistas, quienes esperaban un incremento en utilidades de hasta 40 por ciento

AMX incumple expectativas del mercado

Ricardo Jiménez

ricardo.jimenez@eleconomista.mx

LA EMPRESA de telecomunicaciones **América Móvil** (AMX) anunció su resultados al segundo trimestre de este año, donde reportó un repunte en sus utilidades de 32.85%, equivalente a 18,924 millones de pesos, comparados con los registrados en el mismo periodo pero del año anterior, de 14,244 millones de pesos.

El resultado de AMX salió por debajo de las estimaciones de los analistas, como es el caso de Santander, que esperaba utilidades de 19,963 millones de pesos, esto es un crecimiento de 40.7 por ciento.

Las ventas totales de la empresa de **telefonía celular** durante el periodo abril-junio del 2014, alcanzaron un monto de 202,600 millones de pesos, observándose un incremento de 4.0% a tasa anual, destacando el aumento de 5.8% en los ingresos por servicios, impulsados por los ingresos de datos

móviles y de TV de paga.

En tanto, la utilidad operativa (EBITDA) resultó de 66.6 miles de millones de pesos en segundo trimestre de este 2014, lo cual significó un avance de 2.4% en términos de pesos y 4.7% a tipos de cambio constantes, mientras el margen del EBITDA fue de 32.9 por ciento.

Dentro del reporte de AMX, destacó que el costo integral de financiamiento disminuyó 34.3%, a 13.7 miles de millones de pesos, tras obtener una ganancia cambiaria de 3,100 millones de pesos en el trimestre.

Al finalizar junio, se llegó a una cifra de 338.7 millones de accesos, 3% más que año anterior, este monto incluye 266.9 millones de suscriptores móviles, 31.6 millones de líneas fijas, 20.0 millones de acceso a banda ancha y 20.3 millones de unidades de paga.

En el segmento de pospago, se alcanzó una cifra de 43.9 millones de suscriptores al cierre de junio, 7.8%

más que en el mismo trimestre de año pasado, mientras se agregaron 524,000 suscriptores nuevos de pospagos, incluyendo 207,000 en Brasil y 121,000 en México.

El mercado mexicano representa aproximadamente 27% de la base total de suscriptores, seguido de Brasil, con 26%; Colombia, con casi 11%, y Estados Unidos representa 9.6 por ciento.

El bloque argentino, de Centroamérica y el Caribe presentan 8.2 y 7.6%, respectivamente.

México representa el 27% de la base total de suscriptores de la firma, seguido por Brasil, con 26%, Colombia, con 11% y Estados Unidos tiene una participación de 9.6 por ciento.

