

Hola!, Mr. Slim

NADA PERSONAL, SOLO NEGOCIOS

BÁRBARA
ANDERSON



Hace días, Carlos Slim lanzó en EU (con la fundación que lleva su nombre) el portal accesolatino.org.

Es un sitio que tiene consejos legales y de salud, pero básicamente está enfocado en la capacitación de esa enorme masa de hispanos del otro lado de la frontera. "La idea es apoyar a la población latina para que pueda aprender oficios (22 diferentes), pero fundamentalmente el idioma inglés", explica Renato Flores Cartas, gerente de comunicación corporativa en [Telmex](http://telmex.com).

El propio Slim la semana pasada en una conferencia en EU justificaba esta idea en el creciente número de hispanos en ese mercado, "donde ya suman 53 millones de personas", ni más ni menos que 17% de la población total.

Este portal se suma a otras iniciativas de educación que ha motorizado la fundación del magnate de las telecomunicaciones, como www.academica.mx, que suma trabajos, cursos e investigaciones de más de 420 universidades de México y Latinoamérica; la alianza con Khan Academy para capacitación gratis en línea, y la apertura local de la plataforma de educación digital Coursera.

"Si bien todos estos proyectos se operan desde el área de educación de [Telmex](http://telmex.com), el Ingeniero (Slim) personalmente está involucrado en cada una de estas ideas", agrega Flores.

Los programas de capacitación que ha montado la fundación Carlos Slim tienen un detalle no menor: corren sencillamente en computadoras y teléfonos móviles.

No es ninguna novedad que en México y EU, el primero contacto

de muchas personas con la tecnología sea antes en el [celular](http://celular.com) que en una computadora. La enorme penetración de este servicio en todos los niveles ha democratizado el acceso a la información y también a la educación. Solo en el caso de los hispanos en el vecino del norte, el último informe de Nielsen reporta que 64% de los hispanos vive en hogares con suscripción a [telefonía celular](http://telefonía.com). Y consumen en promedio más servicios extras en sus móviles que la media estadounidense. De hecho los latinos usan 17% más que los no hispanos el acceso a la web desde sus teléfonos *inteligentes*.

En este mercado, Carlos Slim también hace buenos negocios, ya que desde hace cuatro años es el operador líder en EU de [telefonía](http://telefonía.com) prepaga con su empresa Tracfone superando a AT&T, Verizon, Sprint o T-Mobile. M

